

METODE PENENTUAN HARGA KOMODITI KARET OLEH TENGGULAK MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

(Studi pada Tengkulak Karet di Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi

(S.E)

Oleh :

GHOZALI QAROM

NPM: 1651010426

Program Studi: Ekonomi Syariah



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1442 H /2021 M**

**METODE PENENTUAN HARGA KOMODITI KARET OLEH TENGGULAK MENURUT
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

(Studi Pada Tengkulak Karet di Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way

Kanan)

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi

(S.E)

Di susun oleh :

GHOZALI QAROM

NPM: 1651010426

Program Studi: Ekonomi Syariah

Pembimbing 1: Any Eliza, S.E., M.Ak.

Pembimbing 2: Dimas Pratomo, S.E.I., M.E

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1442 H /2021 M**

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki bermacam-macam sumber daya alam dan sangat berlimpah yang digunakan dalam memenuhi kebutuhan hidup. Salah satu sub sektor dari pertanian yaitu adalah perkebunan yang merupakan salah satu devisa bagi Negara. Tanaman Karet merupakan komoditi unggulan bagi negara dalam kegiatan ekspor. Indonesia memiliki luas areal perkebunan karet terbesar di dunia namun kebanyakan perkebunan karet milik rakyat dikelola seadanya, bahkan ada yang tidak dirawat dan hanya mengandalkan pertumbuhan alami. Indonesia memiliki luas perkebunan karet seluas 3,47 juta hektar lebih, dimana 85% diantaranya merupakan perkebunan rakyat.

Banyak Faktor yang membuat harga karet menguat atau melemah mulai dari kondisi perekonomian internasional, permintaan dan pasokan, menguatnya nilai mata uang termasuk dolar AS dan Yen hingga turunnya harga minyak bumi. Komitmen yang dilakukan pemerintah terkait harga karet alam yang berada pada level rendah sepanjang 2018 hingga awal 2019. Kominten ditandai dengan tiga kebijakan yang akan diterapkan dari sisi jangka pendek, menengah dan panjang. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1. Bagaimana Metode dalam Menentukan Harga Komoditi Karet oleh Tengkulak di Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan? 2. Bagaimana Metode dalam Menentukan Harga Komoditi Karet oleh Tengkulak di Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan menurut perspektif Ekonomi Islam?

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana metode penentuan Harga Komoditi Karet oleh Tengkulak di Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan dan dalam perspektif Ekonomi Islam.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan melakukan penelitian secara langsung di lapangan (*fieldresearch*). Populasi dari penelitian ini merupakan seluruh Tengkulak di Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan, dan pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Snow Ball sampling* dengan kriteria pengambilan sampel yang telah ditentukan oleh peneliti yaitu para petani karet di Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan sampai di temukannya data yang Valid antara Tengkulak dan Petani Karet.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Metode yang digunakan oleh tengkulak Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan menggunakan beberapa metode penetapan harga yaitu penentuan harga berbasis biaya operasional dengan menghitung biaya transportasi, menghitung keuntungan dan memperhatikan kualitas dari karet yang di beli dari petani. Penentuan harga berbasis permintaan dengan memperhatikan harga yang di tetapkan oleh pabrik yang dimana harga nya mengikuti harga karet internasional yang berubah-ubah setiap harinya melihat dari permintaan pasar internasional dan ekspor impor komoditi karet. metode yang dilakukan oleh tengkulak telah memenuhi prinsip Ekonomi Islam seperti harga yang adil dalam transaksi dan keuntungan masih dalam batas wajar tetapi masih kurang dalam transparansi harga karena keterbatasan kemampuan mereka dalam menetapkan harga hal ini harus diperbaiki agar tidak ada pihak yang terdzolimi dan agar terciptanya harga yang adil bagi tengkulak dan petani.

Kata Kunci : Penentuan harga, Karet, Tengkulak, Ekonomi Islam

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ghozali Qarom

NPM : 1651010426

Program studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan skripsi yang berjudul **“METODE PENENTUAN HARGA KOMODITI KARET OLEH TENGGULAK MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM(Studi Pada Tengkulak Karet di Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan dipublikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun. Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.



Bandar Lampung, September 2021

Penulis,

Ghozali Qarom

NPM. 1651010426



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarama, Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul : Metode Penentuan Harga Komoditi Karet oleh Tengkulak Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Tengkulak di Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan)
Nama : Ghozali Qarom
NPM : 1651010426
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Any Eliza, S.E., M.Ak.

NIP. 19830815 200604 2 004


Dimas Pratomo, S.E.I., M.E.

NIP. 199305282018011003

**Mengetahui
Ketua Program Studi**


Madnasir, S.E., M.Si.

NIP. 197504242002121001



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Metode Penentuan Harga Komoditi Karet oleh Tengkulak Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Tengkulak di Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan)”** disusun oleh **Ghozali Qarom, NPM. 1651010426**, Program studi: **Ekonomi Syariah**, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: **Rabu, 27 Oktober 2021**

TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Madnasir, S.E., M.S.I

Sekretaris : Weny Rosilawati S.E., MM

Penguji I : Dr. H. Nasruddin, M.Ag

Penguji II : Any Eliza S.E., M.Ak

Penguji III : Dimas Pratomo, S.E.I., M.E

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

Prof. Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I

NIP. 198008012003121001

MOTTO

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ - ٥٦

*Artinya: Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan agar mereka beribadah kepada-Ku.
(Q.s Az-Zariyat 56)*



PERSEMBAHAN

Teriring doa dan rasa syukur terdalam kehadiran Allah ﷻ senantiasa melimpahkan rahmat dan inayahnya, serta shalawat selalu tercurah kami ucapkan kepada junjungan kami nabi Muhammad ﷺ, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua yang tersayang Bapak Zulfidri dan Ibu Nur Asiah yang selalu memberikan kasih sayang, doa, motivasi, waktu dan tenaga untuk mendukung keberhasilanku.
2. Kepada seluruh keluarga besar Bapak Soepriyadi Asnawi dan Bapak Marhani yang saya sayangi semoga Allah melimpahkan Rahmat nya serta kasih sayang nya.
3. Saudara-saudara, teman-teman , kawan-kawan yang telah membantu dalam penyelesaian Skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Ghozali Qarom, Lahir di Bandar Lampung pada tanggal 06 April 1998.

Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Zulfidri dan Nur Asiah.

Adapun riwayat Pendidikan yang telah diselesaikan adalah :

1. 2004-2010 SD Negeri 1 Tanjung Baru
3. 2010-2013 Mts N 2 Bandar Lampung
4. 2013-2016 SMA Perintis 2 Bandar Lampung

Pada tahun 2016, peneliti melanjutkan pendidikannya di Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Program Studi Ekonomi Syariah melalui seleksi Ujian Mandiri Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (UM-PTKIN) yang kala itu UIN Raden Intan Lampung masih bernama Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Raden Intan Lampung.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah ﷻ karena dengan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Metode Penentuan Harga Komoditi Karet oleh Tengkulak Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Tengkulak di Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan)”**. Sholawat serta salam selalu tercurhakan kepada Nabi Muhammad ﷺ yang telah menjadi suri tauladan sepanjang masa. Tersusunya skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan bimbingan semua pihak. Penulis mengucapkan terimakasih sedalam-dalamnya kepada pihak-pihak yang terhormat yaitu:

1. Bapak Ruslan Abdul Ghofur M.Si. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
2. Bapak Madnasir, S.E M.Si selaku Ketua Priodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Ibu Any Eliza, S.E., M.Ak. dan Bapak Dimas Pratomo, S.E.I., M.E selaku Pembimbing I dan Pembimbing II yang telah membimbing penulis, hingga penulisan skripsi ini bisa diselesaikan dengan baik.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta Staf dan Karyawan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan ilmu dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
5. Pimpinan dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan informasi, data, refrensi dan lain-lain.
6. Seluruh pihak yang penulis tidak dapat cantumkan namanya satu persatu namun penulis mengucapkan banyak terimakasih.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka saran dan kritik yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan. Skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat khususnya dalam bidang Ekonomi Syariah.

Bandar Lampung, September 2021

Penulis,

Ghozali Qarom

NPM. 1651010426

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERYATAAN	iii
SURAT PEMBIMBING	iv
PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah.....	1
C. Fokus Penelitian.....	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	6
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	7
H. Metode Penelitian.....	8
I. Sistematika Pembahasan	12

BAB II LANDASAN TEORI

A. Metode Penetapan Harga	
1. Penegrtian Pennetapan Harga.....	13
2. Teori Harga	14
3. Metode Penetapan Harga.....	16
4. Jenis-jenis Harga	17
5. Mengukur Harga	18
6. Strategi Harga.....	18
7. Faktor-faktor yang mempengaruhi Harga	18

8. Tahapan-tahapan Penetapan Harga	19
9. Tujuan Penetapan Harga	20
10. Intervensi Pasar dalam Teori Konvensional	21
 B. Konsep Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam	
1. Konsep dan Penetapan Harga.....	22
2. Harga yang adil dalam Islam.....	24
3. Laba	25
4. Jual Beli yang dilarang	25
 C. Kerangka Konseptual	

BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek	
1. Sejarah Kampung Tanjung Kurung	28
2. Geografis	29
3. Kondisi Masyarakat Kampung Tanjung Kurung	29
4. Mata Pencaharian	30
 B. Penyajian Fakta dan Data Penelitian	
1. Sampel Tengkulak Karet.....	31
2. Harga Komoditi Karet.....	32
3. Penetapan Harga	33
4. Hasil Produksi Karet	34
5. Pengujian Keabsahan Data.....	36

BAB IV ANALISA PENELITIAN

A. Metode Penetapan Harga Komoditi Karet oleh Tengkulak.....	38
B. Metode Penetapan Harga Karet dalam Perspektif Ekonomi Islam	40
1. Harga yang Adil dalam Islam	41
2. Laba.....	42

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	44
B. Rekomendasi.....	44

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Luas Areal Komoditi Karet yang ada di Provinsi Lampung ...	2
Tabel 1.2 Data Luas Areal Perkebunan menurut Kecamatan dan Jenis ..	3
Tabel 1.3 Produksi Komoditi Karet	4
Tabel 1.4 Jumlah dari Produksi Komoditi Perkebunan	4
Tabel 2.1 Kerangka Konseptual.....	27
Tabel 3.1 Kepala Kampung setelah Pembentukan	28
Tabel 3.2 Nama-nama Kepala Kampung	29
Tabel 3.3 Jumlah Penduduk	30
Tabel 3.4 Tingkat Pendidikan	30
Tabel 3.5 Mata Pencarian.....	31
Tabel 3.6 Jumlah Penduduk yang Bekerja	31
Tabel 3.7 Data Tengkulak.....	32
Tabel 3.8 Metode Penetapan Harga oleh Tengkulak.....	32
Tabel 3.9 Jumlah Produksi Karet di Kampung Tanjung Kurung	34
Tabel 3.10 Nama Petani Karet Kampung Tanjung Kurung	36
Tabel 4.1 Perbedaan Harga Tengkulak dan Pabrik	39
Tabel 4.2 Perbedaan Harga Tengkulak dan Pabrik	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Mekanisme Jual Beli Pabrik, Tengkulak dan Petani	35
Gambar 4.1 Penetapan Harga Karet	39



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebelum penulis menguraikan pembahasan lebih lanjut, terlebih dahulu akan dijelaskan istilah dalam skripsi ini untuk menghindari kekeliruan bagi pembaca maka adanya penegasan judul. Oleh karenanya, untuk menghindari kesalahan tersebut di sini diperlukan adanya pembatas terhadap arti kalimat dalam skripsi ini. Adapun judul dari skripsi ini yaitu: "**Metode Penentuan Harga Komoditi Karet oleh Tengkulak Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Tengkulak di Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan)**".

1. Metode

Metode adalah cara teratur yang digunakan untuk melaksanakan suatu pekerjaan agar tercapai sesuai dengan apa yang dikehendaki.¹

2. Penentuan Harga

Penentuan harga adalah harga maksimum yang ditetapkan berkenaan dengan menurunnya penawaran barang di pasar.²

3. Karet

Karet adalah Polimer Hidrokarbon yang terkandung dalam lateks beberapa jenis tumbuhan.³

4. Tengkulak

Tengkulak adalah pedagang perantara (yang membeli hasil bumi dan sebagainya dari petani atau pemilik pertama).⁴

5. Perspektif

Perspektif adalah cara melukiskan suatu benda pada permukaan yang mendatar sebagaimana yang terlihat oleh mata dengan tiga dimensi (panjang, lebar, dan tingginya) atau juga dapat diartikan sebagai sudut pandang.⁵

6. Ekonomi Islam

Ekonomi Islam adalah suatu ilmu yang mempelajari usaha manusia untuk mengalokasikan dan mengelola sumber daya untuk mencapai fahlah berdasarkan pada prinsip-prinsip dan nilai-nilai Al-Quran dan Sunnah.⁶

Berdasarkan beberapa pengertian diatas maka yang dimaksud dengan judul ini adalah bagaimana metode penentuan harga komoditi karet dalam perspektif ekonomi Islam.

B. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki bermacam-macam sumber daya alam dan sangat berlimpah yang digunakan dalam memenuhi kebutuhan hidup. Salah satu sub sektor dari pertanian yaitu adalah perkebunan yang merupakan salah satu devisa bagi Negara. Tanaman Karet merupakan komoditi unggulan bagi negara dalam kegiatan ekspor. Bahkan Indonesia merupakan Negara sebagai

¹Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat bahasa Edisi keempat (Jakarta: PT Gramedia, 2011), hlm 82

² Ramat & Hamdani, Ekonomi Manajerial, Edisi ke-1 (Bandung: Remaja Rodakarya, 2008), hlm. 181

³ Bellandina Sannia, R Hanung Ismono, Begem Viantimala, "Hubungan Kualitas Karet Rakyat dengan Tambahan Pendapatan Petani Di desa program dan nonprogram", Jurnal Pertanian, Vol.1 No.1 (Januari 2013), h.36

⁴ Ebta Setiawan, "Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring edisi III," <http://www.google.co.id/amp/s/kbbi.web.id/tengkulak.html>.

⁵ Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 1062

⁶ Pusat pengkajian dan pengembangan ekonomi Islam, Ekonomi Islam (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 19.

penghasil karet terbesar di dunia dan pernah menjadi produsen pemasok karet nomor satu di dunia yang sebagian besar tanaman karet diusahakan oleh Rakyat. Namun kedudukan Indonesia sebagai produsen karet alam dunia kini telah diduduki oleh Thailand dan Malaysia. Hal ini diakibatkan oleh luas areal yang tidak seimbang jumlah produksi dan mutu.⁷

Sejak Awal Pembangunan peranan sektor pertanian dalam pembangunan Indonesia tidak perlu diragukan lagi. Pembangunan Sektor pertanian diarahkan untuk meningkatkan produktivitas hasil pertanian guna memenuhi kebutuhan industri dalam negeri, meningkatkan ekspor, meningkatkan pendapatan petani, memperluas kesempatan kerja, serta mendorong kesempatan berusaha. Indonesia memiliki luas areal perkebunan karet terbesar di dunia namun kebanyakan perkebunan karet milik rakyat dikelola seadanya, bahkan ada yang tidak dirawat dan hanya mengandalkan pertumbuhan alami. Indonesia memiliki luas perkebunan karet seluas 3,47 juta hektar lebih, dimana 85% diantaranya merupakan perkebunan rakyat.⁸

Banyak Faktor yang membuat harga karet menguat atau melemah mulai dari kondisi perekonomian internasional, permintaan dan pasokan, menguatnya nilai mata uang termasuk dolar AS dan Yen hingga turunnya harga minyak bumi. Komitmen yang dilakukan pemerintah terkait harga karet alam yang berada pada level rendah sepanjang 2018 hingga awal 2019. Komitmen ditandai dengan tiga kebijakan yang akan diterapkan dari sisi jangka pendek, menengah dan panjang.

Dalam jangka pendek pemerintah siap mengatur jumlah ekspor karet alam. Sedangkan dalam jangka menengah akan dibahas mengenai peningkatan penggunaan karet alam di dalam negeri, dan jangka panjang berbicara tentang replanting (peremajaan) Karet alam. Tiga kebijakan ini sesuai dengan keputusan dari *Special Ministerial Committee Meeting of The International Tripartite Rubber Council* (ITRC) yang diinisiasi Thailand, Indonesia dan Malaysia. Ketiganya merupakan produsen karet alam terbesar di dunia.⁹

Dan pada Provinsi Lampung Karet sudah menjadi komoditi utama pada beberapa daerahnya bisa dilihat dari data luas areal perkebunan komoditi karet yang cukup luas. Karet di komoditas perkebunan Provinsi Lampung tersebar hampir di seluruh Provinsi Lampung.

Berikut data tabel luas areal perkebunan karet yang ada di Lampung.

Tabel 1.1

Luas areal komoditi karet yang ada di Provinsi Lampung dalam Hektar dari tahun 2014-2018.

No	Wilayah	Luas areal tanaman karet (Hektar)				
		2014	2015	2016	2017	2018
1	Lampung Barat	1115	124	124	128	106
2	Tanggamus	1333	2198	1646	610	595
3	Lampung Selatan	8825	12537	16576	9028	7827
4	Lampung Timur	9337	15510	15476	15418	15358
5	Lampung Tengah	12849	11469	11469	11477	11479
6	Lampung Utara	24182	37044	37143	35403	35399
7	Way Kanan	32168	52632	51494	30702	30987
8	Tulang Bawang	20173	32372	32777	32427	32427

⁷Ari Firma Kumala, Ermy Tetty, Suardi Tarumun, "Analisis pemasaran dan transmisi harga pada petani karet di Kabupaten Indragiri Hulu", *Jurnal analisis pemasaran dan transmisi karet*, jomfaperta, Vol.2 No.2 (oktober 2015).

⁸Soekartawati, *Prinsip dasar ekonomi Pertanian: Teori dan aplikasinya*, Raja grafindo persada: Jakarta. 2002

⁹Tiga Kebijakan pemerintah perbaiki harga karet alam, terdapat di <http://m.republika.co.id>, 29 maret 2021, pukul 15.15 wib

9	Pesawaran	1423	5926	7729	1213	1214
10	Pringsewu	987	1056	1097	1456	963
11	Mesuji	22220	27739	27853	27853	27702
12	Tulang Bawang Barat	23656	39160	40192	36048	34799
13	Pesisir Barat	623	623	623	681	678
14	Bandar Lampung	97	90	90	87	87
13	Metro	11	9	6	8	4
Total		158999	238495	244295	202539	199625

Sumber: *Badan Pusat Statistik*

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa di Provinsi Lampung areal paling luas pada tahun 2014 ada pada Kabupaten Way Kanan seluas 32168 Hektar dan terendah pada tahun 2014 pada Kabupaten Metro 11 Hektar, Lalu pada tahun terakhir 2018 areal paling luas ada pada Kabupaten Lampung Utara 35399 Hektar dan terendah ada pada Kabupaten Metro hanya seluas 4 Hektar dan pada Kabupaten Way Kanan menyentuh angka 30987 dan pada luas keseluruhan Provinsi Lampung terluas ada pada tahun 2016 menyentuh angka 244295 Hektar dan terendah di tahun 2014 seluas 158999 Hektar.¹⁰

Tabel 1.2
Data luas areal perkebunan menurut kecamatan dan jenis tanaman di Kabupaten Way Kanan dalam (ribu Ha) tahun 2019.

No	Kecamatan	Kelapa sawit	Kelapa	Karet	Kopi	Kakao
1	Banjit	0,57	0,22	1,01	0,73	0,04
2	Baradatu	0,47	0,17	0,42	0,04	0,01
3	Gunung Labuhan	0,90	0,10	2,86	0,22	0,03
4	Kasui	0,65	0,22	3,10	0,51	0,15
5	Rebang Tangkas	0,74	0,10	0,87	0,54	0,31
6	Blambangan Umpu	0,57	1,28	1,84	0,14	0,09
7	Way Tuba	0,75	0,42	3,57	0,01	0,44
8	Negeri Agung	0,48	0,23	3,40	0,01	0,08
9	Bahuga	2,25	0,17	1,82	...	0,07
10	Buay Bahuga	1,22	0,11	2,20
11	Bumi Agung	2,19	0,12	3,23	...	0,04
12	Pakuan Ratu	1,27	0,32	3,31	0,00	0,06
13	Negara Batin	0,50	0,57	0,70	...	0,07
14	Negara Besar	1,24	0,06	2,67	...	0,06
Total		13,72	4,09	30,99	2,20	1,43

Sumber: *Badan Pusat Statistik Kabupaten Way Kanan*

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa perkebunan Karet di Kabupaten Way Kanan areal paling luas pada tahun 2019 ada pada Kecamatan Way Tuba seluas 3,57 ribu Hektar dan terendah pada tahun 2019 pada Kecamatan Baradatu 0,42 ribu Hektar. Di Kecamatan Kasui sendiri seluas 3,10 ribu

¹⁰Badan Pusat Statistik (www.bps.go.id)

Hektar. Dari data tabel di atas luas perkebunan komoditi karet di Way Kanan mencapai 30.99 juta hektar pada data terakhir 2019.¹¹

Tabel 1.3
Produksi komoditi karet yang ada di Provinsi Lampung dalam satuan Ton dari tahun 2014-2018.

No	Wilayah	Produk Tanaman (Ton) Karet				
		2014	2015	2016	2017	2018
1	Lampung Barat	19	14	19	43	34
2	Tanggamus	25	604	1127	222	246
3	Lampung Selatan	1650	9341	15195	9739	8085
4	Lampung Timur	1149	5516	5389	5044	6704
5	Lampung Tengah	1167	4896	4956	4930	4931
6	Lampung Utara	9801	15612	17658	18333	18333
7	Way Kanan	15873	34119	35532	25467	25580

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Way Kanan

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa di Provinsi Lampung produksi karet paling banyak pada tahun 2014 ada pada Kabupaten Way Kanan sebanyak 15873 Ton dan terendah pada tahun 2014 pada Kabupaten Lampung Barat 19 Ton, dari tahun 2014-2018 pada Kabupaten Way Kanan angka tertinggi ada pada tahun 2016 yakni sebanyak 35532 Ton¹².

Tabel 1.4
Jumlah dari produksi komoditi perkebunan yang ada di Way Kanan menurut Kecamatan dalam ribu ton Tahun 2019.

No	Kecamatan	Kelapa sawit	Kelapa	Karet	Kopi	Kakao
1	Banjit	271,00	131,00	764,00	2 948,00	18,00
2	Baradatu	80,00	86,00	117,00	129,00	5,00
3	Gunung Labuhan	1 131,00	636,00	2 282,00	933,00	15,00
4	Kasui	379,00	83,00	2 785,00	1 948,00	72,00
5	Rebang Tangkas	684,00	54,00	523,00	2 091,00	150,00
6	Blambangan Umpu	231,00	819,00	1 206,00	606,00	45,00
7	Way Tuba	751,00	277,00	2 154,00	24,00	177,00
8	Negeri Agung	96,00	131,00	3 473,00	39,00	33,00
9	Bahuga	2 708,00	73,00	1 198,00	-	31,00
10	Buay Bahuga	1 287,00	74,00	2 080,00	-	-
11	Bumi Agung	4 458,00	78,00	3 226,00	-	18,00
12	Pakuan Ratu	1 992,00	83,00	2 223,00	4,00	24,00

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Way Kanan

Dari data tabel di atas produksi komoditi perkebunan Karet yang ada di Way Kanan menurut Kecamatan dalam ribu ton, angka terendah dalam produksi komoditi Karet ada pada Kecamatan

¹¹Badan Pusat Statistik Kabupaten Way Kanan 2019 (waykanankab.bps.go.id)

¹²Badan Pusat Statistik Kabupaten Way Kanan 2014-2018 (waykanankab.bps.go.id)

Baradatu sebanyak 117,00 ribu ton dan angka tertinggi ada pada Kecamatan Negeri Agung 3.473,00 ribu ton. Lalu produksi karet yang ada di Kecamatan Kasui menyentuh angka 2.785,00 ribu ton di tahun 2019.¹³

Jumlah petani yang ada di Kampung Tanjung Kurung adalah sebanyak 1540 orang yang dimana Petani Karet sebanyak 1360 orang. Hampir dari keseluruhan petani yang ada di Kampung Tanjung Kurung adalah petani Karet.

Kampung Tanjung Kurung memiliki luas lahan komoditi Karet sebanyak 1.09 ribu hektar yang dimana luas perkebunan tersebut milik masyarakat dan di kelola sendiri oleh masyarakat Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan.

Karet memegang peranan penting dalam sektor perkebunan yang ada di Way Kanan karena begitu luas perkebunan yang ada di way kanan khusus nya pada komoditi karet, dan hasil produksi karet cukup besar di bandingkan dengan kabupaten lainnya begitu juga di Kecamatan Kasui produksi dari komoditi karet cukup besar sedangkan harga beli ke petani karet yang relatif kecil.

Berdasarkan data Dinas Perkebunan provinsi Sumatera Selatan dan Gabungan Pengusaha Karet Indonesia (Gapkindo) Harga karet KKK (Karet Kering Kadar) 100 persen Rp19.039/Kg, KKK 70 persen Rp13.327/Kg, KKK 60 persen Rp11.423/Kg, KKK 50 persen Rp9.520/Kg, KKK 40 persen Rp7.616/Kg.¹⁴

Dan di salah satu Kecamatan yang ada di Kabupaten Way Kanan Karet untuk mingguan seharga Rp4.500 per Kg itu sesuai dengan harga yang ditetapkan oleh pabrik tempat menjual karet tersebut, pabrik sendiri menyatakan turunnya harga karet itu seiring dengan turunnya harga karet dunia.¹⁵

Sedangkan di Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan harga Karet berkisar antara Rp5.500 per Kg tergantung dari kualitasnya.¹⁶

Dari data harga di atas ada perbandingan harga dari data Dinas Perkebunan Provinsi Sumatera Selatan dan Gabungan Pengusaha Karet Indonesia harga karet bervariasi dari yang tertinggi Rp19.039/Kg sampai terendah Rp7.616/Kg dan untuk di salah satu daerah di Way Kanan karet Mingguan seharga Rp4.500/kg terjadi perbandingan harga yang cukup jauh, dari hal ini apakah ada keadilan antara penjual dan pembeli sehingga tidak ada yang dirugikan antara penjual dan pembeli.

Atas dasar perintah Allah SWT dan asas dari kemanusiaan, sangat baik sekali kita mentadaburi firman Allah SWT dalam Al-quran surat An-nissa ayat 29 dan Hadist dari nabi kita yang mulia Muhammad SAW yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا - ٢٩

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu (Q.s An- nissa ayat 29).

Ayat di atas menjelaskan tentang larangan bagi orang beriman untuk tidak memakan harta dengan jalan yang batil artinya jalan yang haram menurut agama seperti riba dan gasab/merampas kecuali dengan jalan atau terjadi secara perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu berdasarkan kerelaan hati masing-masing, maka boleh kamu memakannya. Dan janganlah kamu membunuh dirimu artinya dengan melakukan hal-hal yang menyebabkan kecelakaan bagaimana pun

¹³Badan Pusat Statistik Kabupaten Way Kanan 2019 (waykanankab.bps.go.id).

¹⁴<https://www.antaranews.com/berita/1989992/harga-karet-kkk-100-persen-tembus-rp19000-kg>/Diakses pada tanggal 11 maret 2020 pukul 15.13 Wib

¹⁵<https://medialampung.co.id/harga-anjlok-petani-karet-menjerit/>/Diakses pada tanggal 25 juli 2020 pukul 21.59 wib.

¹⁶Wawancara yang di lakukan oleh peneliti kepada salah satu pengepul bapak Zulfidri pada tanggal 28 juni 2020.

juga cara dan gejalanya baik di dunia dan di akhirat. Sesungguhnya Allah Maha penyayang kepadamu sehingga di larangnya kamu berbuat demikian.¹⁷

Rasulullah SAW bersabda untuk harga dalam Hadist Riwayat Abu Dawud:

إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّزَّاقُ وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

“Sesungguhnya Allahlah Zat Yang menetapkan harga, Yang menahan, Yang mengulurkan, dan yang Maha Pemberi rezeki. Sungguh, aku berharap dapat menjumpai Allah tanpa ada seorang pun yang menuntutku atas kezaliman yang aku lakukan dalam masalah darah dan tidak juga dalam masalah harta”. (HR Abu Dawud)¹⁸

Dari Hadist di atas Ulama fiqih menyatakan bahwa dalam menetapkan harga yang terjadi di zaman Rasulullah SAW tersebut bukanlah karena tindakan sewenang-wenang dari para pedagang, tetapi karena memang komoditas yang ada terbatas. Sesuaidengan hukum ekonomi apabila stok terbatas, maka wajar barang tersebut naik. Oleh sebab itu, dalam keadaan demikian Rasulullah SAW tidak mau campur tangan membatasi harga komoditas tersebut.¹⁹

Hal inilah yang memicu penulis untuk melakukan penelitian metode apa yang di gunakan oleh pengepul dalam menentukan harga komoditi karet tersebut dan penelitian ini dilakukan di Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui dengan beberapa alasan, yaitu dari hasil riset penulis bahwa di Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui memilikilah perkebunan Karet yang luas dan potensi Karet yang melimpah tetapi harga Karet yang relatif murah lalu bagaimana dalam perspektif ekonomi islam memandangnya. Oleh sebab itu penelitian ini diberi judul **“METODE PENENTUAN HARGA KOMODITI KARET MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Study Kasus Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan)”**.

C. Fokus Penelitian

Pembatasan masalah ini dilakukan agar mendapatkan penelitian yang fokus agar ruang lingkup penelitian tidak luas dan karena penelitian ini di lakukan saat Pandemi COVID-19 maka Penelitian ini akan dibatasi agar tidak melanggar protokol yang sudah ditetapkan. Peneliti lebih fokus untuk menghindari hasil yang tidak diinginkan dan menyimpang dari pokok permasalahan. Berdasarkan identifikasi masalah, penelitian membatasi masalah tentang Metode Penetapan Harga Komoditi Karet oleh Tengkulak di Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan Lampung.

D. Rumusan Masalah

Dengan permasalahan yang dimuat dilatar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah dipenelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana Metode dalam Menentukan Harga Komoditi Karet oleh Tengkulak di Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan?
2. Bagaimana Metode dalam Menentukan Harga Komoditi Karet oleh Tengkulak di Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan menurut perspektif Ekonomi Islam?

E. Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah diatas, adapun yang menjadi tujuan melakukan penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengkaji tentang bagaimana Metode penentuan Harga Komoditi Karet oleh Tengkulak di Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan.

¹⁷Tafsir Al-Qur'an Jalalain

¹⁸Imam Hafidz Abu Daud Sulaiman, Sunan Abu Daud..., 479.

¹⁹Muhammad Yusuf Qardhawi, Haram & Halal dalam Islam..., 354.

2. Untuk mengkaji dalam Perspektif Ekonomi Islam tentang Metode penentuan Harga Komoditi Karet oleh Tengkulak di Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini dilakukan dengan harapan akan dapat memberikan manfaat, baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan sumbangsih terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dengan menambah khazanah penelitian yang membahas mengenai metode dalam menentukan komoditi harga karet sehingga dapat digunakan sebagai bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a) Manfaat bagi pemerintah adalah sebagai informasi Harga Komoditi Karet yang terjadi di petani Karet yang di harapkan dapat membantu memberikan kebijakan yang baik.
- b) Manfaat penelitian bagi peneliti selanjutnya yaitu sebagai bahan referensi.
- c) Manfaat bagi petani dan tengkulak karet sebagai informasi ilmiah dan untuk memberikan informasi tentang penetapan harga jual Komoditi Karet dalam tinjauan Ekonomi Islam.

G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya untuk mempermudah dalam penulisan skripsi ini, agar penulis mendapat gambaran dalam menyusun kerangka pikir dengan harapan peneliti dapat menyajikan skripsi yang mudah dipahami dan relevan.

1. Dalam sebuah karya ilmiah yang berupa skripsi oleh Netti Armalia Pohan yang berjudul “Strategi Penetapan Harga Sembako dalam Perspektif Ekonomi Islam di Pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak” Penelitian ini dilatar belakangi karena penjualan yang dilakukan oleh para pedagang di Pasar Gunung Tua dalam menetapkan harga penjualan. Metode yang dilakukan dalam menganalisis data adalah metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian strategi penetapan harga sembako di pasar gunung tua adalah berdasarkan penetapan harga yang berlaku dipasaran dan kebijakan harga yang kompetitif atas barang yang berkualitas tinggi serta diengaruhi oleh mekanisme pasar (permintaan dan penawaran). Menurut tinjauan ekonomi islam mengenai strategi penetapan harga komoditas pokok dipasar gunung tua secara umum telah sesuai dengan ketentuan ekonomi Islam. Hal ini terlihat dari cara penetapan harga yang dilakukan oleh para pedagang, dilihat dari segi harga berdasarkan permintaan dan penawaran, dilihat dari segi produksi juga sudah memenuhi kriteria syariah Islam, tidak menjual barang yang diharamkan.²⁰
2. Dalam sebuah karya ilmiah yang berupa skripsi oleh Hasanah yang berjudul “Penetapan Harga Jual Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Rumah Makan Arhy di Makassar)”. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis dapat disimpulkan bahwasanya mekanisme penetapan harga di rumah makan prasmanan Arhy, menggunakan metode penetapan harga berbasis harga, yang mencerminkan konsep penetapan harga yang baik, yaitu penjual menetapkan harga berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang di tambah dengan jumlah tertentu sehingga dapat menutupi biaya-biaya langsung. Sedangkan menurut pandangan hukum Islam, penetapan harga di rumah makan Arhy sudah sesuai Hukum Islam karena kebijakan menetapkan harga yang dibuat oleh pengelola rumah makan Prasmanan Arhy termasuk strategi pemasaran dalam berusaha. Mengenai harga yang disamakan dalam hal pengambilan porsi makan yang banyak dengan porsi makan yang sedikit itu merupakan

²⁰Netti Armalia Pohan yang berjudul “Strategi Penetapan Harga Sembako dalam Perspektif Ekonomi Islam di Pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak”, Skripsi Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Jurusan Ekonomi Syariah, (2002).

strategi dalam berdagang agar dapat menarik para pembeli, selama tidak ada kecurangan antara penjual dan pembeli tidak ada unsur keterpaksaan makan dibolehkan.²¹

3. Dalam sebuah karya ilmiah berupa skripsi oleh Iman Romansyah yang berjudul “Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan dalam Perspektif Ekonomi Islam”(Studi komparasi pada Yussy Akmal dan Shereen cake’s and bread)”. Latar belakang penelitian ini adalah bahwa ketatnya persaingan di dunia industri makanan pada saat ini, sehingga perusahaan berlomba-lomba dalam persaingan yang sangat ketat ini yang bertujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Sehingga perusahaan harus benar-benar mempertimbangkan penetapan harga jual produk dengan memperhitungkan proses dalam produk yang akan dijual guna untuk meningkatkan dan mempertahankan volume penjualan. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research) yang bersifat kualitatif, Sedangkan analisisnya menggunakan analisa kualitatif (non statistik) yang bersifat deskriptif kualitatif, dengan menggunakan cara berfikir induktif. Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa penetapan harga terhadap volume penjualan dalam perspektif ekonomi islam tidak ada batasan dalam proses bagaimana penetapannya, pada kedua perusahaan ini tidak ada praktek yang dilarang agama Islam, tetapi perusahaan harus mementingkan kemashlahatan bersama dan kode etik dalam berdagang tidak ada unsur merugikan salah satu pihak.²²
4. Dalam sebuah karya ilmiah yang berupa skripsi oleh M Hendri Kurniawan yang berjudul “Analisis Metode Penetapan Harga pada Komoditi Karet Terhadap Kesejahteraan Petani Karet dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Petani Karet di Desa Kemalo Abung)”. Penelitian ini menggunakan Jenis Penelitian lapangan dengan metode penelitian deskriptif kualitatif, cara yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: observasi, wawancara, dokumentasi dan menggunakan metode perpose sampling. Dalam pemaparan tersebut kegiatan penetapan harga yang dilakukan oleh tengkulak kepada petani karet Di Desa Kemalo Abung Kecamatan Abung Selatan Kabupaten Lampung Utara belum membawa dampak pada kesejahteraan petani karet. Dalam perspektif ekonomi islam metode penetapan harga tengkulak, telah memenuhi dua prinsip yaitu kejujuran dan keadilan, namun belum memenuhi prinsip keterbukaan.²³
5. Dalam sebuah karya ilmiah yang berupa skripsi oleh Aris Munandar yang berjudul “Metode Penentuan Harga Dalam Proses Bisnis di Tempat Pelelangan Ikan (TPI) Kecamatan Kota Agung Kabupaten Tanggamus”. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan tahapan reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukan penentuan harga untuk setiap jenis ikan berbeda-beda, harga di tentukan oleh juru lelang karena dalam proses pelelangan ini, petugas juru lelang telah menetapkan harga minimal tertentu. Penentuan harga tersebut disesuaikan dengan kondisi ikan/kualitas ikan dan *volume* ikan, dalam proses tawar-menawar secara terbuka, ikan di tawarkan secara harga tawaran meningkat sampai harga tertinggi dan ditentukan sebagai pemenang lelang.²⁴

²¹Hasanah, “Penetapan Harga Jual Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Rumah Makan Prasmanan Arhy di Makassar)”, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, Jurusan Ekonomi Islam, (2013).

²²Iman Romansyah yang berjudul “Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan dalam Perspektif Ekonomi Islam”(Studi komparasi pada Yussy Akmal dan Shereen cake’s and bread)”, Skripsi Fakultas Ekomomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, Jurusan Ekonomi Islam, (2016).

²³M Hendri Kurniawan, “Analisis Metode Penetapan Harga Pada Komoditi Karet Terhadap Kesejahteraan Petani Karet Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Petani Karet di Desa Kemalo Abung)”, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, Jurusan Ekonomi Syariah, (2019).

²⁴Aris Munandar, “Metode Penentuan Harga Dalam Proses Bisnis di Tempat Pelelangan Ikan (TPI) Kecamatan Kota Agung Kabupaten Tanggamus”, Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, Jurusan Administrasi Bisnis, (2020)

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini membahas tentang metode apa yang digunakan dalam menentukan harga komoditi karet oleh tengkulak yang ada di Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan yang dimana harga karet yang ditetapkan oleh tengkulak yang begitu rendah sedangkan komoditas tersebut menjadi salah satu pendapatan utama masyarakat kampung Tanjung Kurung kecamatan Kasui kabupaten Way Kanan dan sehingga penelitian ini menjadi rujukan ilmiah untuk pemerintah, tengkulak dan petani karet dalam informasi komoditas karet.

H. Metode Penelitian

Metode Penelitian adalah cara evaluasi, analisis dan seleksi berbagai alternatif cara atau teknik. Metode ilmiah adalah cara menerapkan prinsip-prinsip logis terhadap penemuan, pengesahan dan penjelasan. Metode penelitian harus logis, diikuti unsur-unsur yang urut, konsisten, operasional dan menyangkut bagaimana penelitian tersebut akan dijalankan.

Metode penelitian adalah suatu cara ilmiah yang digunakan penelitian dalam mengumpulkan data penelitian dengan tujuan dan kegunaan tertentu.²⁵

1. Jenis Penelitian

Untuk memperoleh data dan penjelasan mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan pokok permasalahan, diperlukan suatu pedoman penelitian yang disebut metodologi penelitian. Metodologi adalah cara meluluskan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan penelitian adalah suatu kegiatan untuk mencari, mencatat, merumuskan, dan menganalisis sampai laporan.²⁶ Jadi metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.²⁷ Dengan demikian metodologi dalam penelitian ini penulis menggunakan metode sebagai berikut:

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, yaitu untuk memberikan data yang seteliti mungkin tentang manusia, keadaan atau gejala lainnya. Metode kualitatif adalah metode penelitian dengan melakukan analisis serta interpretasi teks dan hasil interview dengan maksud untuk menemukan makna dari suatu fenomena.²⁸ Metode kualitatif-deskriptif ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran yang baik, jelas dan dapat memberikan data seteliti mungkin tentang obyek yang diteliti. Dalam hal ini untuk mendeskripsikan tentang pengaruh Metode Penentuan Harga terhadap komoditi karet di Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan

2. Sifat penelitian

Penelitian ini merupakan *fieldresearch* (penelitian lapangan) yaitu suatu penelitian yang meneliti obyek di lapangan untuk mendapatkan data dan gambaran yang jelas dan konkrit tentang hal-hal yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.²⁹ Peneliti ini terjun langsung ke lapangan guna mengadakan penelitian pada objek yang dibahas yaitu mengenai Metode Penentuan Harga Komoditi Karet di Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan. Selain itu penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan fakta secara menyeluruh melalui pengumpulan data di lapangan dan memanfaatkan diri peneliti sebagai instrument kunci.

3. Lokasi Penelitian

Proses aplikasi kajian ini diawali dengan menentukan serta menetapkan lokasi penelitian. Tiga unsur yang perlu diperhatikan dalam penelitian antara lain adalah: menetapkan lokasi, tempat, pelaku, dan

²⁵Suharto, dkk, *Perekayasan Metodologi Penelitian*, Yogyakarta, Andi, 2004, h.99.

²⁶Cholid Narbuko, Abu Ahmadi, "*Metodologi Penelitian*" (Cet: II; Jakarta: Bumi Aksara Pustaka, 1997), hlm. 1.

²⁷Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*", (Cet:20; Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 2.

²⁸Sugiyono, "*Metode Penelitian Kualitatif*", (bandung: Alfabeta, 2017), hal, 3.

²⁹Sumadi Suryabrata, "*Metodologi Penelitian*", (Jakarta: Rajawali Pers, 1992), hal, 8.

aktifitas kegiatan.³⁰ Sesuai dengan judul penelitian, maka penelitian yang akan dilaksanakan ini berlokasi tepatnya di Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan.

4. Pendekatan Penelitian

Pendekatan adalah persoalan yang berhubungan dengan cara seseorang meninjau dan bagaimana seseorang menghampiri persoalan tersebut sesuai dengan disiplin ilmunya.³¹ Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan penelitian sosiologis dan fenomenologi. Pendekatan kualitatif, yaitu tatacara penelitian yang menghasilkan data deskriptif, yaitu data informasi yang dinyatakan oleh informan secara tertulis atau lisan, dan perilaku nyata.³² Penelitian sosiologis adalah pendekatan yang melihat fenomena masyarakat atau peristiwa sosial, budaya suatu unit sosial, individu, kelompok atau lembaga-lembaga sosial.³³ Fenomenologi merupakan pendekatan yang melihat fenomena yang ada di lapangan.

5. Sumber Data

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif, adapun sumber-sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua macam, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Data Primer

Data Primer yaitu data yang diambil dari sumber pertama yang ada di lapangan.³⁴ Peneliti akan melakukan pengambilan data dengan cara wawancara langsung kepada sumber utama yakni Tengkulak yang ada di Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui studi pustaka yang bertujuan memperoleh landasan teori yang bersumber dari buku literatur,³⁵ data ini merupakan data pendukung. Oleh karena itu, peneliti akan mengambil data sekunder yakni mengutip literature dari buku-buku yang berhubungan dengan penelitian, lembaga-lembaga desa, aparat desa, badan pusat statistik dan catatan-catatan tengkulak yang dapat mendukung kelengkapan data primer.

6. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³⁶ Adapun populasi pada penelitian ini ada 10 orang mencakup dari seluruh tengkulak yang ada di Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan.³⁷

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.³⁸ Penelitian ini menggunakan teknik *sampling snowball* suatu metode untuk mengidentifikasi, memilih dan mengambil sampel dalam suatu jaringan atau rantai hubungan yang menerus. Peneliti menyajikan suatu jaringan melalui gambar sociogram berupa gambar lingkaran-lingkaran yang dikaitkan atau dihubungkan dengan garis-garis. Setiap lingkaran mewakili satu responden atau kasus, dan garis-garis menunjukkan hubungan antar responden atau antar kasus.

³⁰S. Nasution, *Metode Naturalistik Kualitatif*, (Cet. I; Bandung: Tarsito, 1996), hal, 43.

³¹Bhader Johan Nasution, *Metode Penelitian Ilmu Hukum*, (Bandung: Mandar Maju, 2008), hal, 126.

³²Soerjono soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI-Press, 2005), Cet. Ketiga, hal. 32.

³³Soerjono Soekanto, *Pokok-Pokok Sosiologi Hukum*, (Jakarta: PT. Rajawali Pres, 1999), hal. 45.

³⁴Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format 2 Kuantitatif dan Kualitatif*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2005), hal. 128.

³⁵Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Cet. II; Jakarta: Rajawali pers, 2004), hal. 30.

³⁶Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Cet ke-20, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 80.

³⁷Wawancara dengan Bapak Melan salah satu staf desa Kampung Tanjung Kurung.

³⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung : Alfabeta CV, 2012), hlm. 116.

Pendapat lain mengatakan bahwa teknik sampling *snowball* (bola salju) adalah metoda sampling di mana sampel diperoleh melalui proses bergulir dari satu responden ke responden yang lainnya.³⁹ Maka dalam penelitian ini peneliti akan mengambil sampel dari tengkulak di Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan sebanyak 10 orang.

7. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, serta instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan lebih mudah⁴⁰. Adapun teknik atau cara yang di gunakan adalah:

a. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran.⁴¹ Teknik Observasi yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah obeservasi non-partisipan, dimana peneliti tidak selalu aktif mengikuti aktivitas objek yang diamati. Peneliti mengamati langsung proses penjualan karet dari petani kepada tengkulak lalu proses penimbangan karet dan kegiatan penjualan karet di lapangan.

b. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung (berkomunikasi langsung) dengan responden. Dalam wawancara terdapat proses interaksi antara pewawancara dengan responden.⁴² Penulis dalam penelitian ini, mengadakan wawancara atau interview kepada tengkulak di Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan dan pada petani karet untuk menguji keabsahan data dari tengkulak. Dalam penelitian ini penulis lebih condong menggunakan wawancara mendalam (*depthinterview*) yang merupakan prosedur yang dirancang untuk membangkitkan pertanyaan-pertanyaan secara bebas yang dikemukakan secara terus terang.⁴³ Wawancara dilakukan dengan terencana dan terarah guna mencapai data yang lebih mendalam sehingga lebih mudah menganalisis dan mengembangkan data dari hasil wawancara.

c. Dokumentasi

Analisis dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data yang bersumber dari arsip dan dokumen yang berada ditempat penelitian atau yang berada diluar tempat penelitian yang ada hubungannya dengan penelitian tersebut.⁴⁴ Dokumentasi dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data dengan cara melihat dokumen secara tertulis yang ada kaitannya dengan objek yang diteliti. Metode dokumentasi dimaksudkan dalam hal ini adalah pengumpulan data yang didapatkan dari masyarakat setempat ataupun yang terkait yang dapat membantu dalam pengambilandata berupa dokumen-dokumen penting yang terkait dengan Metode Penentuan Harga terhadap Komoditi Karet di Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan.

8. Instrumen Penelitian

³⁹Suharismin Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Renika Cipta, 1989), hlm. 102

⁴⁰Ridwan, *Statistika Untuk Lembaga dan Instansi Pemerintah/Swasta*, (Bandung: Alfabeta, 2004), hal. 137.

⁴¹Abdurrahman, Fatoni. *Metodologi Penelitian dan Tehnik PenyusunanSkripsi*, (Jakarta: PT. Rinekha Cipta, 2006), hal. 104-105.

⁴²*Ibid.*, hal. 92.

⁴³Sudarwan Damin, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, (Cet.I; Bandung: Pustaka Setia, 2002), hal. 132.

⁴⁴*Ibid.*, hal. 134.

Untuk mengukur fenomena dan gejala sosial yang terjadi maka diperlukan adanya instrument penelitian untuk dapat mengukurnya. Untuk mengeksplorasi data yang bersifat natural di lapangan maka peneliti sendiri yang menjadi instrument inti dalam penelitian ini.

1. Pedoman wawancara yang disiapkan sebelumnya berupa pertanyaan-pertanyaan dengan alternatif jawaban yang disertakan di dalamnya.
2. Data dokumentasi yang berupa data-data penting dari lokasi peneliti dan foto-foto profil.

9. Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian berlangsung bersamaan dengan proses pengumpulan data. Diantaranya adalah melalui tiga tahap model air, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis berarti mengkaji data yang diperoleh dari lapangan dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁴⁵

Penelitian ini menggunakan analisis data model Miles dan Huberman. Adapun tekniknya yaitu sebagai berikut:

1. Reduksi data (*data reduction*), adalah merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting untuk menyederhanakan data yang diperoleh di lapangan. Kegiatan ini dilakukan secara berkesinambungan terkait dengan Metode Penentuan Harga terhadap Komoditi Karet di Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan.
2. Penyajian data (*data display*), maksudnya menyajikan data yang sudah direduksi dalam bentuk teks yang bersifat naratif. Dengan menyajikan data maka akan memudahkan peneliti memahami apa yang terjadi, sehingga dapat merencanakan kegiatan selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

3. Pengujian Keabsahan Data (Validitas Data)

Untuk menguji valid dan tidaknya data, penelitian ini akan dilakukan dengan melakukan pengamatan secara mendetail tanpa melewatkan hal-hal kecil dan melakukan perpanjangan observasi (apabila diperlukan), Triangulasi: yaitu teknik yang digunakan untuk mencari pertemuan pada satu titik tengah informasi berdasarkan data yang telah terkumpul guna verifikasi kembali sebagai perbandingan terhadap data yang telah didapatkan. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik dan triangulasi waktu. Dan analisis fenomena yang berarti peneliti akan mencari dan mengumpulkan data yang berbeda atau bahkan bertentangan dengan data yang telah ditemukan. Bila terdapat data yang berbeda atau bertentangan dengan temuan penelitian, maka data yang ditemukan dan disimpulkan sudah dapat dipercaya. Dengan demikian temuan penelitian menjadi lebih valid dan kredibel.

4. Penarikan kesimpulan (*conclusion*), merupakan perumusan kesimpulan setelah melakukan reduksi dan penyajian data untuk menjawab rumusan masalah.⁴⁶

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan bertujuan untuk mempermudah pembaca memahami kerangka logika yang penulis gunakan dalam penelitian ini. Berikut adalah kerangka logika yang penulis gunakan. Pada Bab I penulis menyajikan latar belakang masalah terkait persoalan yang penulis angkat sebagai fokus penelitian, yakni Metode penetapan harga komoditi karet oleh tengkulak di kampung Tanjung kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan. Berikutnya, di Bab II penulis menyajikan landasan teori yang menjadi acuan penulis untuk melihat persoalan, yakni teori mengenai konsep harga dalam perspektif ekonomi Islam, teori harga, dan terakhir metode-metode penetapan harga. Pada Bab III

⁴⁵Noeng Muhadjir, *Metode Penelitian Kualitatif, Pendekatan Posivistik, Rasionalistik, Phenomenologik, dan Realisme Metaphidik*, (Yogyakarta: Rake Sarasin, 1998), hal 104.

⁴⁶*Ibid*, hlm. 105.

penulis memberikan gambaran mengenai lokasi penelitian, yakni mengenai Kampung Tanjung Kurung Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan baik dari sejarah, wilayah dan data tengkulak. Setelah mendapatkan sejarah dan gambaran tersebut pada sub Judul peneliti menyajikan data temuan mengenai tengkulak di kampung Tanjung Kurung. Pada Bab IV penulis melakukan analisis pada data yang tersaji di Bab III dengan teori pada Bab II terutama mengenai perspektif ekonomi Islam melihat metode penetapan harga oleh tengkulak. Terakhir, pada Bab V peneliti menyajikan kesimpulan dan rekomendasi baik pada petani, tengkulak, pemerintah dan peneliti selanjutnya.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Metode Penetapan Harga

1. Pengertian Penetapan Harga

Pengertian harga banyak di hubung-hubungkan dengan beberapa hal, tetapi semua berawal dari hal-hal yang sederhana yang tidak di pahami oleh masyarakat. Maksud nya bahwa banyak yang belum memahami makna harga, walaupun konsepnya cukup mudah di definisikan dengan istilah umum. Beberapa konsep yang saling berkaitan dalam teori ekonomi yaitu: harga (*price*) dan nilai (*utility*). Nilai adalah ukuran kuantitatif bobot sebuah produk yang dapat ditukarkan dengan produk lain.⁴⁷ Berdasarkan dari uraian-uraian tersebut dapat diketahui definisi harga menurut pendapat para ahli mengenai harga, yaitu sebagai berikut:⁴⁸

Menurut Micheal J. Etzal, harga adalah nilai yang disebutkan dalam mata uang atau medium moneter lain nya sebagai alat tukar. Di dalam ilmu ekonomi, pengertian harga mempunyai hubungan dengan pengertian nilai dan kegunaan. Nilai adalah ukuran jumlah yang diberikan oleh suatu produk apabila produk itu ditukarkan dengan produk lain. Sedangkan kegunaan adalah atribut dari sebuah item yang memberikan tingkat kepuasan tertentu pada konsumen. Menurut Indriyo Gitusudarmo, harga itu sebenarnya nilai yang dinyatakan dalam satu mata uang atau alat tukar, terhadap suatu produk tertentu. Jadi harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk tertentu atau kombinasi antara barang dan jasa.⁴⁹ Menurut Kotler, harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara.⁵⁰

Berdasarkan hasil uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa harga adalah jumlah uang yang diterima oleh penjual dari hasil penjualan suatu produk barang atau jasa. Yaitu penjualan yang terjadi pada perusahaan atau tempat usaha atau bisnis, harga tersebut tidak selalu merupakan harga yang diinginkan oleh penjual produk barang atau jasa tersebut, tetapi merupakan harga yang benar-benar terjadi sesuai dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli. *Price Floor* (Harga Dasar) dan *Price Ceiling* (Harga Tertinggi) merupakan suatu kebijakan pemerintah dalam perekonomian untuk mempengaruhi bekerjanya mekanisme pasar yang bertujuan untuk mengendalikan keseimbangan (*ekuilibrium*) pasar.⁵¹

Price Floor atau harga dasar adalah harga eceran terendah yang ditetapkan oleh pemerintah terhadap suatu barang yang disebabkan oleh melimpahnya penawaran barang tersebut di pasar. *Price Floor* efektif melindungi produsen dari penurunan harga barang yang tak terhingga. Pada kondisi ini tingkat penawaran barang lebih tinggi dari permintaan (surplus). Penawaran yang lebih tinggi akan mengurangi tingkat permintaan barang. Terus menurunnya jumlah permintaan mengakibatkan harga barang terus merosot sampai dibawah harga keseimbangan. Bila hal tersebut terus dibiarkan maka produsen akan merugi. Oleh sebab itu pemerintah menetapkan harga dasar, untuk mencegah harga pasar terus merosot tajam. Mekanisme kebijakan pemerintah

⁴⁷Marius Angipora, Op.Cit., hlm.260

⁴⁸Danang Sunyoto, *Ekonomi Manajerial Konsep Terapan Bisnis*, Jakarta, 2013, hlm. 180

⁴⁹Ibid, h.180

⁵⁰Philip, Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Indonesia, Pt. Prenhllindo, Jakarta, 2002, hlm. 478.

⁵¹Prathama Raharja, Mandala manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, edisi ketiga, Fakultas ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta, 2008, hlm.489.

lainnya adalah dengan cara membeli surplus produksi atau kelebihan penawaran tersebut. Kelebihan penawaran juga bisa diekspor ke luar negeri untuk mengurangi kerugian.⁵²

Sedangkan *Price Ceiling* atau harga tertinggi adalah harga maksimum yang ditetapkan berkenaan dengan menurunnya penawaran barang di pasar. *Price Ceiling* efektif dalam melindungi konsumen dari gejolak harga yang tak terhingga. Pada *price ceiling*, harga maksimum terdapat di bawah harga keseimbangan. Dengan menurunnya harga jual, maka permintaan akan meningkat (hukum permintaan). Kondisi ini mendorong permintaan terus bertambah, sehingga jumlah barang yang diminta lebih tinggi dari barang yang ditawarkan (*shortage*). Hal tersebut yang akhirnya mengakibatkan kelangkaan barang. Kebijakan yang dilakukan pemerintah melalui “Operasi Pasar” yang dilakukan pada waktu tertentu. Pemerintah terus memantau jumlah penawaran, permintaan dan harga keseimbangan. Bila sudah sampai titik *shortage*, maka pemerintah akan menambah jumlah penawaran barang di pasar, contohnya dengan cara pemberian subsidi, mengimpor barang, mengurangi pajak, dan lain sebagainya.⁵³

2. Teori Harga

Menurut Philip Kotler, harga adalah elemen pemasaran campuran yang paling mudah untuk mengatur keistimewaan produk. Harga juga mengkomunikasikan pada pasar penempatan nilai produk atau merek yang dimaksud suatu perusahaan.⁵⁴

a. Teori harga menurut ahli

Berikut ini terdapat beberapa pengertian harga menurut para ahli:

1. Kotler dan Armstrong

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang di tukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.⁵⁵

2. Djaslim Saladin

Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa.⁵⁶

3. Basu Swastha dan Irawan.

Harga merupakan jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.⁵⁷

4. Buchari Alma

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dengan uang.⁵⁸

5. Henry Simamora

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atau dikeluarkan atas sebuah produk atau jasa.⁵⁹

b. Permintaan dan Penawaran

Teori harga atau price theory adalah teori yang menjelaskan bagaimana harga barang dipasar terbentuk. Pada dasarnya harga suatu barang ditentukan oleh besarnya suatu permintaan dan penawaran atas barang tersebut, sedangkan permintaan dan penawaran atas

⁵²Ibid.hlm.489.

⁵³Ibid.Op.Cit.hlm 489.

⁵⁴Philip Kotler, et. Al, “Manajemen Pemasaran: Sudut Pandang Asia, (Jakarta: PT Indeks, 2005), 175.

⁵⁵Philip Kotler & Armstrong G, “Prinsip-Prinsip Pemasaran”, Erlangga, 2010, 314.

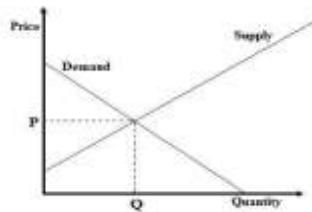
⁵⁶Djaslim Saladin, “Manajemen Pemasaran”, (Bandung: Linda Karya, 2001), 95.

⁵⁷Basu Swastha dan Irawan, “Asas-asas Marketing”, (Yogyakarta: Liberty, 2005), 241.

⁵⁸Buchari Alma, “Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa”, (Bandung: Alfabeta, 2002), 125.

⁵⁹Henry Simamora, “Akutansi Manajemen”, (Jakarta: Salemba Empat, 2002), 74.

suatu barang ditentukan oleh banyak faktor.⁶⁰ Kekuatan permintaan dan penawaran membentuk harga dapat digambarkan seperti berikut:



Kurva 1.0 Kurva Keseimbangan Harga

Garis *demand* (permintaan) menggambarkan jumlah permintaan suatu barang pada berbagai tingkat harga. Garis *supply* (penawaran) jumlah penawaran suatu barang pada berbagai tingkat harga tertentu. Kemudian titik pertemuan antara demand dan supply terbentuklah titik keseimbangan harga pasar.

Penentuan Harga dalam Pasar Persaingan Sempurna, Dalam struktur pasar persaingan sempurna, perusahaan tidak dapat menentukan harga produknya. Pasarlah yang menentukan harga untuk semua produk. Produsen hanya mengambil harga yang ditetapkan oleh pasar, masing-masing produsen bertindak sebagai *price taker*. Artinya, produsen tidak mempunyai kekuatan pasar. Pada struktur pasar persaingan monopolistik, adakalanya produsen mampu mengendalikan harga (*price maker*) sehingga ia memiliki kekuatan pasar. Karena kemampuan membayar bagi konsumen itu bervariasi, perusahaan yang mempunyai kekuatan pasar akan meningkatkan keuntungannya dengan membedakan harga berdasarkan kemampuan membayar bagi masing-masing konsumen.

Produsen memiliki *market power* dalam menentukan harga produknya, tetap menghitung kendala permintaan pasar (konsumen). Produsen menentukan harga dengan menentukan tingkat output maksimal yang membuat keuntungannya juga maksimal. Meskipun produsen memiliki *market power* dalam menentukan harga produknya, produsen perlu mempertimbangkan sisi permintaan produk tersebut. Dalam menentukan harga suatu produk, angka elastisitas mempunyai pengaruh yang signifikan. Produk yang elastis, harga maksimumnya relatif rendah, sedangkan produk yang tidak elastis harga maksimumnya cenderung tinggi. Elastisitas harga suatu produk bervariasi bergantung kepada karakteristik kelompok konsumen, jangka waktu pengukuran elastisitas, alokasi anggaran, jumlah substitusi, tingkat harga produk, dan tingkat akumulasi konsumsi.⁶¹

Penentuan harga dalam pasar persaingan sempurna yakni dimana yang menentukan suatu harga untuk produknya adalah pasar. Sehingga produsen mengambil harga hanya dari yang ditetapkan oleh pasar. Harga suatu barang ataupun jumlah barang yang dapat di perjual belikan di tentukan oleh permintaan dan penawaran dari barang tersebut. Oleh karena itu, untuk menganalisis mekanisme penentuan harga dan jumlah barang yang di perjualbelikan, sangat perlu secara serentak dianalisis permintaan dan penawaran ke atas sesuatu barang tertentu yang wujud di pasar. Keadaan di suatu pasar dikatakan dalam keseimbangan atau *ekuilibrium* apabila jumlah yang ditawarkan para penjual pada suatu harga tertentu adalah sama dengan jumlah yang diminta para pembeli pada harga tersebut.

⁶⁰Rozalinda, *Ekonomi Islam*, Ed.1 Cet.4, (Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2017), h.155.

⁶¹Ibid h.156-157.

Harga suatu barang dan jumlah barang yang diperjual belikan adalah ditentukan dengan melihat keadaan keseimbangan dalam suatu pasar. Ada dua cara dapat digunakan untuk menunjukkan keadaan keseimbangan tersebut dengan menggunakan angka dan dengan menggunakan kurva permintaan dan penawaran.⁶²

3. Metode Penetapan Harga

Secara garis besar metode penetapan harga dapat dikelompokkan menjadi empat kategori, yaitu metode penetapan harga berbasis permintaan, berbasis biaya, berbasis laba dan berbasis persaingan.⁶³

a. Penetapan Harga Berbasis Permintaan

Metode ini lebih menekankan harga pada faktor-faktor yang mempengaruhi selera dan keputusan suka/tidak suka dari konsumen. Metode ini mengabaikan faktor-faktor yang biasanya mempengaruhi permintaan seperti biaya, laba dan persaingan. Permintaan pelanggan sendiri didasarkan pada berbagai pertimbangan, diantaranya:

- Kemampuan para pelanggan untuk membeli (daya beli)
- Kemauan pembeli untuk membeli
- Posisi suatu produk dalam gaya hidup pelanggan
- Manfaat produk bagi konsumen

b. Penetapan harga berbasis biaya

Dalam metode ini faktor penentu yang utama adalah aspek penawaran atau biaya, bukan aspek permintaan. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu, sehingga menutupi biaya-biaya langsung, biaya *overhead*, dan laba. Metode ini terdiri dari:

- a) *Standard Markup pricing* (standar imbuhan harga) adalah harga ditentukan dengan jalan menambahkan presentase tertentu dari biaya pada semua item dalam sebuah kelas produk.
- b) *Cost plus percentage of cost pricing* (tambahan presentase biaya dari harga biaya) banyak perusahaan manufaktur, arsitektural menambahkan presentase tertentu terhadap biaya produksi atau konstruksi.

c. Penetapan Harga Berbasis Laba

Metode ini berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan harganya. Metode ini terdiri dari:

- a) *Target Profit Pricing* (Penetapan target laba) umumnya berupa penetapan atas besarnya target laba tahunan yang dinyatakan secara spesifik.
- b) *Target return on sales pricing* (Penetapan target pengembalian dari penjualan) dalam metode ini, perusahaan menetapkan tingkat harga tertentu terhadap volume penjualan.

d. Penetapan Harga Berbasis Persaingan

Selain berdasarkan pada pertimbangan biaya, permintaan, atau laba harga juga ditetapkan atas dasar persaingan, yaitu apa yang dilakukan pesaing.

Metode penetapan harga berbasis persaingan terdiri atas:

- a) *Costumary pricing* (harga biasa) Metode ini digunakan untuk produk yang harganya ditentukan oleh faktor seperti tradisi, saluran distribusi, atau faktor persaingan lainnya.

⁶²Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikro ekonomi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000), h.91.

⁶³Fandy Tjiptono, *pemasaran jasa, prinsip, penerapan dan penelitian*, Yogyakarta, Andi. 2014, h.227.

- b) *loss leader pricing* (penetapan harga penglaris) metode ini perusahaan menjual harga produk dibawah biayanya. Produk penglaris biasanya dijual dengan dasar persediaan terbatas, misalnya hanya berlaku selama persediaan masih ada.
- c) *sealed bid pricing* (harga penawaran tertutup) Metode ini menggunakan sistem penawaran harga dan biasa nya melibatkan agen pembelian.

Menurut Herman ada beberapa metode penetapan harga yang dapat dilakukan dalam perusahaan, yaitu:⁶⁴

1. Metode Taksiran

Perusahaan yang baru saja berdiri biasa nya memakai metode ini. penetapan harga dilakukan dengan menggunakan instik saja walaupun market survei telah dilakukan. Biasanya metode ini digunakan oleh para pengusaha yang tidak terbiasa dengan statistik.

2. Metode berbasis pasar

Metode ini dipakai apabila perusahaan mengeluarkan produk baru, yaitu hasil modifikasi dari produk lama. Perusahaan akan menetapkan produk baru tersebut seharga dengan produk yang lama. Penggunaan metode ini murah dan cepat.

a. Harga Pesaing

Metode ini hampir sama dengan metode pasar saat ini. perbedaannya menetapkan harga produknya dengan mereplikasi langsung harga produk perusahaan saingan nya untuk produk yang sama atau berkaitan.

b. Harga Pasar

Harga pasar yang disesuaikan penyesuaian dapat dilakukan berdasarkan pada faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal dapat berupa antisipasi terhadap inflasi, nilai tukar mata uang, suku bunga, tingkat keuntungan yang diharapkan. Faktor Internal nya yaitu kemungkinan kenaikan gaji dan upah, peluncuran produk baru, penarikan produk lama dari pasar dan sebagai nya.

4. Jenis-jenis Harga

Banyak istilah dalam penyebutan harga produk yang ditawarkan produsen kepada konsumen. Seringkali kita temukan harga dengan satuan desimal tertentu atau memakai selisih yang relatif sangat kecil dan masih banyak cara menetapkan harga sebuah produk. Berikut ini jenis-jenis harga yang dikenal pada suatu produk⁶⁵.

a) Harga daftar (*list price*)

Harga daftar adalah harga yang diberitahukan atau dipublikasikan, dari harga ini biasanya pembeli dapat memperoleh potongan harga

b) Harga netto (*net price*)

Harga netto adalah harga yang harus dibayar, biasanya merupakan harga daftar dikurangi potongan dan kemurahan.

c) Harga zona (*zone price*)

titik dasar adalah harga yang sama untuk daerah *zone* atau daerah geografis tertentu.

d) Harga titik dasar (*basing point price*)

Harga titik dasar adalah harga yang didasarkan atas titik lokasi atau titik basis tertentu. Jika digunakan hanya satu titik basis disebut *single basing point system*, dan disebut *multiple basing point system* apabila digunakan lebih dari satu titik basis.

⁶⁴ Herman, *Marketing Strategy*, edisi 1, Yogyakarta, andi offset, 2006, h.165-166.

⁶⁵ Suhardi sigit, *Manajemen Pemasaran*, UST, 2008, Yogyakarta, hlm.185-186.

- e) Harga stempel pos (*postage stamp delivered price*)
 Harga stempel pos adalah harga yang sama untuk semua daerah pasarnya, disebut juga harga *uniform*.
- f) Harga pabrik (*factory price*)
 Dalam hal ini pembeli membayar di pabrik atau tempat pembuatan, sedangkan angkutan ditanggung oleh pembeli. Dapat juga pihak penjual yang menyerahkan sampai atas alat angkutan yang disediakan pembeli.
- g) Harga F.A.S (*free alongside price*)
 Harga F.A.S adalah untuk barang yang dikirim lewat laut. Biaya angkutan ditanggung oleh penjual sampai kapal merapat di pelabuhan tujuan. Pembongkaran ditanggung oleh pembeli.
- h) Harga C.I.F (*cost, insurance and freight*)
 Harga C.I.F adalah harga yang diekspor sudah termasuk biaya asuransi, biaya pengiriman barang dan lain-lain sampai diserahkan barang itu kepada pembeli di pelabuhan yang dituju.
- i) Harga gasal (*odd price*)
 Harga gasal adalah harga yang angkanya tidak bulat atau mendekati bulat, misalnya Rp. 9.999,- atau Rp. 1.999.900,- cara ini bermaksud mempengaruhi pandangan pembeli supaya kelihatan murah, meskipun hanya sedikit perbedaannya, tapi dapat merangsang pembelian konsumen.⁶⁶

5. Mengukur Harga

Indikator yang digunakan untuk mengukur harga antara lain :⁶⁷

- a) Harga barang yang terjangkau
- b) persaingan harga
- c) kesesuaian harga dengan kualitasnya
- d) Kesesuaian harga dengan manfaatnya

6. Strategi Harga⁶⁸

Memilih strategi harga untuk mencapai target pasar terdapat beberapa strategi harga yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai target pasar yang sesuai, yaitu:

- a) Penetapan harga penyaringan (*skimming price*) Strategi ini berupa penetapan harga yang ingin mencapai setinggi-tingginya. Kebijakan ini memiliki tujuan untuk menutupi biaya penelitian, pengembangan dan promosi.
- b) Penetapan harga penetrasi (*penetration price*) Penetapan harga penetrasi merupakan strategi penetapan harga yang serendah-rendahnya untuk mencapai volume penjualan yang relatif singkat. Strategi ini cenderung lebih bermanfaat dibanding dengan penetapan harga penyaringan (*skimming*) jika kondisi ini terdapat di dalam pasar.

7. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga

Secara umum faktor-faktor pertimbangan dalam penetapan harga dapat dikategorikan dalam dua kelompok, yaitu faktor internal perusahaan dan faktor eksternal perusahaan.

1. Faktor internal perusahaan

Dalam faktor lingkungan terdapat beberapa faktor mendasar yang mempengaruhi perusahaan dalam menentukan harga dari setiap produk yang dihasilkan, seperti:

⁶⁶*Ibid*, hlm.187.

⁶⁷Hendra Fure "Lokasi keberagaman produk, Harga dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional bersehati calaca," *Jurnal fakultas ekonomi dan bisnis islam, jurusan manajemen, Universitas sam ratulangi manado*, Vol.1 No.3 (September 2013), h.275.

⁶⁸*Ibid*.hlm.181.

Tujuan pemasaran perusahaan

- a. Faktor utama yang menentukan dalam penetapan harga adalah tujuan pemasaran perusahaan. Tujuan tersebut bisa berupa mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, aliran kas.
 - b. Strategi bauran pemasaran
 Harga hanyalah salah satu komponen dari bauran pemasaran. Oleh karena itu, harga terintegrasi, konsisten, dan saling mendukung dengan bauran pemasaran lainnya, yaitu distribusi, dan promosi. Karakteristik produk, misalnya, berpengaruh terhadap penetapan harga.
 - c. Biaya
 Biaya merupakan faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Oleh karena itu, setiap perusahaan pasti menaruh perhatian besar pada aspek struktur biaya. Pertimbangan organisasi Manajemen perlu memutuskan siapa dalam organisasi yang harus menetapkan harga. Setiap perusahaan menangani masalah penetapan harga menurut caranya masing-masing.
2. Faktor Eksternal Perusahaan
- Faktor yang perlu diperhatikan dengan seksama oleh perusahaan dalam penetapan harga dari setiap produk yang diproduksi yaitu faktor lingkungan eksternal, karena dalam faktor ini terdapat tiga faktor utama yaitu:⁶⁹
- a) Karakteristik pasar dan permintaan
 Setiap perusahaan perlu memahami sifat pasar dan permintaan yang dihadapinya, apakah termasuk pasar persaingan sempurna, monopolistik, oligopoli, atau monopoli. Faktor lainnya yang tidak kalah pentingnya adalah elastisitas permintaan, yang mencerminkan sensitivitas permintaan terhadap perubahan harga. Pada umumnya konsumen tidak terlalu sensitif terhadap harga manakala:
 - produk yang dibeli nya tergolong unik, eksklusif, prestesius, atau berkualitas tinggi.
 - tidak terdapat produk substitusi.
 - pengeluaran total untuk produk bersangkutan relatif rendah di bandingkan penghasilan total.
 - biaya pembelian ditanggung bersama dengan pihak lain.
 - b) Persaingan
 Menurut porter, ada 5 kekuatan pokok yang berpengaruh dalam persaingan sebuah industri, yaitu persaingan dalam industri yang bersangkutan, produk substitusi, pemasok, pelanggan dan ancaman pendatang baru.

8. Tahapan-Tahapan Penetapan Harga⁷⁰

Penetapan harga selalu menjadi masalah bagi setiap perusahaan karena penetapan harga ini bukanlah kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari seorang pengusaha ataupun pihak perusahaan. Penetapan harga dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Meskipun penetapan harga merupakan hal yang penting, namun masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta *share* pasar yang dapat dicapai perusahaan. Dalam

⁶⁹Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, Op.Cit., hlm. 39.

⁷⁰Ibid..hlm. 223.

penetapan harga yang harus diperhatikan adalah faktor yang mempengaruhinya, baik langsung maupun tidak langsung:

- a) Faktor yang secara langsung adalah harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, peraturan pemerintah, dan faktor lainnya.
- b) Faktor yang tidak langsung namun erat dengan penetapan harga adalah antara lain yaitu harga produk sejenis yang dijual oleh para pesaing, pengaruh harga terhadap hubungan antara produk substitusi dan produk komplementer, serta potongan untuk para penyalur dan konsumen. Yang harus diperhatikan oleh manajemen pemasaran dapat dialihkan kepada prosedur penentuan harga yang ditawarkan. Apabila dalam sebuah perusahaan tidak memiliki prosedur yang sama dalam menentukan atau menetapkan harga dimana menurut William J. Stanton bahwa penetapan harga memiliki lima tahap yaitu:⁷¹

1. Mengestimasi untuk permintaan barang

Pada tahap ini seharusnya perusahaan dapat mengestimasi permintaan barang atau jasa yang dihasilkan secara total yang akan memudahkan perusahaan dalam melakukan penentuan harga terhadap permintaan barang yang ada dibandingkan dengan permintaan barang baru. Dalam mengestimasi permintaan suatu barang maka sebuah manajemen bisa menggunakan cara berikut:⁷²

- a. Menentukan harga yang diharapkan (*expected price*) yakni harga yang diharapkan dapat diterima oleh konsumen yang ditemukan berdasarkan peredaran.
 - b. Mengestimasi volume penjualan pada berbagai tingkat harga.
2. Mengetahui terlebih dahulu reaksi dalam persaingan

Kebijaksanaan yang dilakukan oleh perusahaan dalam penentuan harga harus mempertimbangkan kondisi persaingan barang yang terdapat di pasar serta sumber-sumber penyebab lainnya. Seperti barang sejenis yang dihasilkan oleh perusahaan lain barang pengganti atau substitusi.

3. Barang lain yang dihasilkan oleh perusahaan lain yang sama-sama menginginkan uang konsumen.

9. Tujuan Penetapan Harga⁷³

Penetapan harga akan ditetapkan harus disesuaikan dengan tujuan perusahaan. Adapun tujuan penetapan harga menurut Adrian Payne adalah sebagai berikut:

- a) Bertahan
Bertahan merupakan usaha untuk tidak melakukan tindakan-tindakan yang meningkatkan laba ketika perusahaan sedang mengalami kondisi pasar yang tidak menguntungkan. Usaha ini dilakukan demi kelangsungan hidup perusahaan.
- b) Memaksimalkan laba
Penentuan harga bertujuan untuk memaksimalkan laba pada periode tertentu.
- c) Memaksimalkan penjualan
Penentuan harga bertujuan untuk membangun pangsa pasar dengan melakukan penjualan pada harga awal yang merugikan.
- d) Prestise
Tujuan penentuan harga disini adalah untuk memposisikan jasa perusahaan tersebut sebagai produk yang eksklusif.

⁷¹Danang Sunyoto, *Ekonomi Manajerial Konsep Terapan Bisnis*, Jakarta, 2013. hlm.180.

⁷²Ibid. hlm.180.

⁷³Rambat & Hamdani, *Ekonomi Manajerial, Edisi Ke- 1* (Bandung: Remaja Rodakarya, 2008), hlm. 181.

e) Pengembangan atas investigasi (ROI)

Tujuan penentuan harga didasarkan atas pencapaian pengembalian atas investasi (*return on investment*) yang diinginkan. Menurut Rewoldt, disamping untuk mengetahui lingkungan pasar dimana harga-harga itu ditetapkan, manajer pemasaran harus merumuskan dengan jelas tujuan-tujuan perusahaan.

10. Intervensi Pasar dalam Teori Konvensional

Kebijakan pemerintah tidaklah termasuk kedalam kekuatan penawaran dan permintaan, melainkan merupakan salah satu dari sekian faktor yang bekerja dalam penawaran dan permintaan guna menentukan harga dan jumlah barang. Ada beberapa bentuk intervensi harga oleh pemerintah yang dikeluarkan melalui undang-undang dan peraturan pemerintah dalam Undang-undang Nomor 5 tahun 1999 tentang penetapan harga, diantaranya:

- a) Pemerintah menetapkan suatu harga minimum (*price floor*) bertujuan untuk melindungi produsen. Misalnya, harga ditetapkan murah bertujuan untuk mentransfer pendapatan dari konsumen ke produsen tebu. Harga minimum ini tentu harus lebih tinggi dari harga pasar. Dalam melakukan intervensi tersebut, pemerintah harus mengikuti mekanisme penawaran dan permintaan pasar.
- b) Bentuk lain regulasi harga yang dilakukan pemerintah adalah penetapan harga atau upah maksimum (*price ceiling*). Jika *price floor* bersifat pro produsen, *price ceiling* (harga maksimum) yang rendah dari harga pasar bersifat pro konsumen. Dalam melakukan regulasi, pemerintah harus mengikuti kaidah-kaidah hukum pasar, yaitu hukum permintaan dan hukum penawaran. Pemerintah dapat menentukan harga dengan undang-undang atau peraturannya.
- c) *Price fixing*, kadang pemerintah menetapkan harga dipagu untuk komoditi tertentu. Misalnya, penetapan harga BBM dan TDL. Untuk bisa menetapkan harga suatu komoditi produsen harus mempunyai market power. Permintaan biasanya tidak dapat di kendalikan oleh regulator. Oleh karena itu, dalam mengendalikan harga suatu barang, pemerintah menggunakan sisi penawaran.

Jika regulator akan menaikkan harga suatu barang dari harga pasaran, regulator harus menghilangkan kelebihan penawaran. Sementara itu, jika regulator akan menurunkan harga pasar regulator harus menghilangkan kelebihan permintaan. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa penawaran dan permintaan berinteraksi dalam menentukan harga dan jumlah barang dalam perekonomian pasar persaingan sempurna. Namun, kebijakan pemerintah bukan satu-satunya yang menjadi patokan penetapan harga melainkan ada beberapa komoditi yang dapat menetapkan harga tersebut.

Menurut Adam Smith perekonomian sebagai sebuah sistem seperti halnya alam semesta. Sebagai sistem, perekonomian memiliki kemampuan penstabil otomatis untuk menjaga keseimbangannya. Salah satu pemikiran Adam Smith adalah pasar. Pasar dalam pengertian ilmu ekonomi adalah pertemuan pertemuan antara permintaan dan penawaran, pasar bersifat interaktif bukan fisik. Mekanisme pasar adalah proses penentuan tingkat harga berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran.⁷⁴ Adam Smith mengemukakan tentang teori harga bahwa pasar diatur oleh tangan-tangan yang tidak terlihat (*invisible hands*). Bukan tidak mungkin konsep *invisible hands* di ilhami oleh hadist Rasulullah yang menjelaskan bahwa Allah yang menentukan harga.

Harga dalam teori ekonomi islam, tidak berbeda dengan ekonomi konvensional, harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini terjadi

⁷⁴Pratama Raharja dan Mandala Manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, (Jakarta: LPFE UI, 2008), h.24.

apabila antara penjual dan pembeli bersikap saling merelakan. Menurut Ibnu Taimiyah, harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran. Naik dan turunnya harga bisa saja disebabkan oleh kurangnya produksi atau penurunan impor barang yang dibutuhkan. Bila permintaan naik dan penawaran turun harga-harga akan naik. Bila persediaan barang meningkat, permintaan terhadap barang menurun, harga-harga akan turun.

B. Konsep Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam

1. Konsep dan Penetapan Harga

Harga merupakan salah satu variabel dari pemasaran atau penjualan. Islam memberikan kebebasan dalam harga yang artinya segala bentuk konsep harga yang terjadi dalam transaksi jual-beli diperbolehkan dalam ajaran Islam, selama tidak ada dalil yang melarangnya, dan selama harga tersebut terjadi atas dasar keadilan dan suka sama suka antara penjual dan pembeli. Hal ini sesuai dengan firman Allah Swt dalam Al- Quran surat Al-Baqarah ayat 275 dan surat An-Nisa ayat 29 yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۝٢٩

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu (Q.s An- nissa ayat 29).

Berdasarkan ayat diatas dilihat bahwa jual beli jelas dihalalkan dalam Islam. Keterangan lain menyebutkan penjualan islami baik yang bersifat barang maupun jasa, terdapat norma, etika agama dan pri kemanusiaan yang menjadi landasan pokok bagi pasar Islam yang bersih, yaitu:⁷⁵

- a. Larangan menjual/memperdagangkan barang-barang yang diharamkan
- b. Bersikap benar, amanah dan jujur
- c. Menerapkan kasih sayang
- d. Menerapkan keadilan dan mengharamkan riba
- e. Menerangkan toleransi dan persaudaraan

Ajaran Islam memberikan perhatian yang besar terhadap kesempurnaan mekanisme pasar. Mekanisme pasar yang sempurna merupakan resultan dari kekuatan yang bersifat masal, yaitu merupakan fenomena alamiah. Pasar yang bersaing sempurna menghasilkan harga yang adil bagi penjual dan pembeli. Oleh karena itu, Islam sangat memperhatikan konsep harga yang adil dan mekanisme pasar yang sempurna.

Ekonomi islam adalah sistem ekonomi yang berdasar pada Al-Qur'an dan Hadist yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia di dunia dan akhirat (*al-Falah*).⁷⁶

Harga adalah Jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan sejumlah produk atau jasa. Selain itu, harga di definisikan sebagai kesepakatan antara pembeli dan penjual dalam menilai suatu produk, yang artinya penjual menetapkan harga yang setinggi-tinggi nya sedangkan pembeli menginginkan harga yang serendah-rendahnya dari pihak penjual, kesepakatan antara penjual dan pembeli inilah yang menentukan harga yang diinginkan.

Harga menjadi sesuatu yang sangat penting, artinya bila harga suatu barang terlalu mahal dapat mengakibatkan barang menjadi kurang laku, dan sebaliknya bila menjual terlalu murah, keuntungan yang di dapatkan menjadi berkurang. Penetapan harga yang dilakukan penjual akan

⁷⁵Yusuf Qaardhawi, Op.Cit,h.189

⁷⁶Nurul Huda, et al.*Ekonomi Makro Islam: Pendekatan Teoritis* (Jakarta: Kencana Media, (2009) h.3

mempengaruhi pendapatan atau penjualan yang akan diperoleh atau bahkan kerugian yang akan diperoleh jika keputusan dalam harga jual tidak di pertimbangkan dengan tepat sasaran. Dalam menetapkan harga jual dapat dilakukan dengan cara berbagai cara seperti:⁷⁷

1. Penetapan harga jual oleh pasar yang arti nya penjual tidak dapat mengontrol harga yang dilempar di pasaran. Harga di tentukan oleh mekanisme permintaan dan penawaran dalam keadaan seperti ini penjual tidak dapat menetapkan harga jual yang di inginkan nya.
2. Penetapan harga jual yang dilakukan pemerintah, artinya pemerintah berwenang menetapkan harga barang dan jasa terutama menyangkut masyarakat umum. perusahaan tidak dapat menetapkan harga jual barang sesuai kehendak nya.
3. Penetapan harga jual yang dicontohkan oleh perusahaan maksudnya harga ditetapkan sendiri oleh perusahaan. Penjual menetapkan harga dan pembeli boleh memilih, membeli atau tidak. Harga ditetapkan oleh keputusan dan kebijaksanaan yang terdapat dalam perusahaan.

Penetapan harga menurut Para ahli :

a. Penetapan Harga Ibnu Khaldun

Ibnu Khaldun membagi jenis barang menjadi dua jenis, yaitu barang kebutuhan pokok dan barang pelengkap. Menurut nya, bila suatu kota berkembang dan selanjutnya populasinya bertambah banyak, maka pengadaan barang-barang kebutuhan pokok akan mendapat prioritas pengadaan. Akibatnya, penawaran meningkat dan ini berarti turunnya harga. Ibnu khaldun juga menjelaskan tentang mekanisme penawaran dan permintaan dalam menentukan harga keseimbangan. Secara lebih rinci, ia menjabarkan pengaruh persaingan diantara konsumen untuk mendapatkan barang pada sisi permintaan.⁷⁸

Bagi Ibnu Khaldun, harga adalah hasil dari suatu hukum permintaan dan penawaran. Pengecualian satu-satunya dari hukum ini adalah harga emas dan perak, yang merupakan standar moneter. Semua barang-barang lain terkena fluktuasi yang tergantung pada pasar. Bila suatu barang langka dan banyak diminta, maka harganya tinggi. Jika suatu barang berlimpah maka harganya akan rendah.⁷⁹

b. Penetapan Harga Abu Yusuf

Abu Yusuf adalah seorang mufti pada kekhalifahan Harun al-Rasyid. Dalam kitabnya Al-quran Kharaj, buku pertama tentang sistem perpajakan dalam islam. Dan Abu Yusuf tercatat sebagai ulama terawal yang mulai menyinggung mekanisme pasar.⁸⁰

Harga merupakan salah satu variable dari pemasaran atau penjualan. Islam memberikan kebebasan dalam harga, yang artinya segala bentuk konsep harga yang terjadi dalam transaksi jual beli diperbolehkan dalam ajaran islam tidak ada dalil yang melarangnya, dan selama harga tersebut terjadi atas dasar keadilan dan suka sama suka antara kedua belah pihak.

2. Harga yang adil dalam Islam

Ajaran Islam memberikan jalan tengah yang adil untuk berbagai pasangan antara dunia dengan akhirat, antara rasio dengan hati, antara rasio dengan norma, antara idealisme dengan fakta, antara

⁷⁷ Ibid, h.17

⁷⁸ Eka Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam*, Ed 1, Cet Ke-1, (Jakarta: Kencana, 2014) H.223.

⁷⁹ Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam perspektif ekonomi islam*, Cet.Ke-1, (Yogyakarta: BPFE, 2004) H. 361

⁸⁰ Nurul Huda, *Ekonomi Makro Islam: Pendekatan teoritis*, Cet-1 (Jakarta: Kencana Prenamedia Group, 2008), h.231.

individu dengan masyarakat, antara konsumen dengan produsen, dan sebagainya. Ajaran Islam mengacu pada berbagai sumber yang telah ditetapkan dalam Al-qur'an dan As-sunnah.⁸¹

Penentuan harga haruslah adil, sebab keadilan merupakan salah satu prinsip dasar dalam semua transaksi yang Islami. Bahkan keadilan-keadilan sering kali dipandang sebagai intisari dari ajaran Islam dan nilai Allah sebagai perbuatan yang lebih dekat ketakwaan.⁸²

Harga yang adil ini dijumpai dalam beberapa terminologi, antara lain: *si'r al-mithl*, *thaman al-mithl* dan *qimah al-adl*. Istilah *qimah al-adl* (harga yang adil) pernah digunakan oleh Rasulullah ﷺ. Dalam mengomentari kompensasi bagi pembebasan budak, dimana budak ini akan menjadi manusia merdeka dan majikannya tetap memperoleh kompensasi dengan harga yang adil atau *qimah al-adl* (Sahih Muslim).⁸³

Istilah *qimah al-adl* juga banyak digunakan oleh para hakim yang telah memodifikasikan hukum Islam tentang transaksi bisnis dalam objek barang cacat yang dijual, perebutan kekuasaan, memaksa penimbunan barang untuk menjual barang timbunannya, membuang jaminan atas harta milik dan sebagainya.

Adanya suatu harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang Islami. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil sebab ia adalah cerminan dari komitmen syariat Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum, harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kedzaliman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain.⁸⁴

Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya. Menurut Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), berdasarkan makna adil yang adda dalam Al-Qur'an sebagaimana disebutkan diatas, maka bisa diturunkan sebagai nilai turunan yang berasal darinya sebagai berikut:⁸⁵

a. Persamaan Kompensasi

Persamaan kompensasi adalah pengertian adil yang paling umum, yaitu bahwa seseorang harus memberikan kompensansi yang sepadan kepada pihak lain sesuai dengan pengorbanan yang telah dilakukan. Pengorbanan yang telah dilakukan inilah yang menimbulkan hak kepada seseorang yang telah melakukan pengorbanan untuk memperoleh balasan yang seimbang dengan pengorbanannya.

b. Persamaan Hukum

Persamaan hukum disini berarti setiap orang harus diperlakukan sama didepan hukum. Tidak boleh ada diskriminasi terhadap seseorang didepan hukum atas dasar apapun juga. Dalam konteks ekonomi, setiap orang harus diperlakukan sama dalam setiap aktivitas maupun transaksi ekonomi. Tidak ada alasan untuk melebihkan hak suatu golongan atas golongan lain hanya karena kondisi yang berbeda dari kedua golongan tersebut.

c. Moderat

Moderat disini dimaknai sebagai posisi tengah. Nilai adil disini dianggap telah diterapkan seseorang. Jika orang yang bersangkutan mampu memposisikan dirinya dalam posisi ditengah. Hal ini memberikan suatu implikasi bahwa seseorang harus mengambil posisi ditengah dalam

⁸¹Veithazal et, Op.Cit, h. 23

⁸² Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), Op.Cit, h.351

⁸³ Veithazal Rivai dan Andi Buchari, Op.Cit, h. 214

⁸⁴ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), Op.Cit, h. 94

⁸⁵ Ibid, h.95

arti tidak mengambil keputusan yang terlalu memperberat ataupun keputusan yang terlalu memperingankan, misalnya dalam hal pemberian kompensasi.

d. Proposional

Adil tidak selalu diartikan sebagai kesamaan hak, namun hak ini disesuaikan dengan ukuran setiap individu atau proposional, baik dari sisi tingkat kebutuhan, kemampuan, pengorbanan, tanggung jawab, ataupun kontribusi yang diberikan oleh seseorang.

3. Laba (Keuntungan)

Laba adalah selisih lebih dari hasil penjualan dari harga pokok dan biaya operasi. Kalangan ekonomi mendefinisikan sebagai, selisih antara total penjualan dengan total biaya. Total penjualan yakni harga barang yang dijual, dan total biaya operasional adalah seluruh biaya yang dikeluarkan dalam penjualan, yang terlihat dan tersembunyi.

Adapun hasil Majelis ulama fiqih yang terikut dalam organisasi konferensi islam (OKI) yang diadakan dalam pertemuan kelima di Kuwait pertanggal 1-6 *Jumadil ula* 1409 H. bertepatan dengan 10-15 Desember 1988 M, telah melakukan diskusi tentang pembatasan keuntungan para pedagang. Mereka membuat ketetapan berikut:⁸⁶

- a. Hukum asal yang diakui oleh nash dan kaidah-kaidah syariat adalah memberikan umat bebas dalam jual beli mereka, dan mengoperasikan harta benda mereka dalam binngkai syariat Islam yang penuh perhatian dengan segala kaidah didalamnya.
- b. Tidak ada standarisasi dalam pengambilan keunntungan yang mengikat para pedagang dalam melakukan berbagai transaksi jual-belimereka. Hal ini dibiarkan sesuai kondisi dunia usaha secara umum dan kondisi perdagangan dan kondisi komoditi barang dagangan, namun dengan tetap memperhatikan kode etik yang disyariatkan dalam islam, seperti sikap santun, qana'ah, toleransi, dan memudahkan.
- c. Terdapat banyak dalil-dalil dalam ajaran syariat Islam yang mewajibkan segala bentuk mu'amalah bebas dari hal-hal yang haram, seperti penipuan, kecurangan, manipulasi, memanfaatkan ketidaktahuan orang lain, memanipulasi keuntungan (monopoli penjualan), yang kesemuanya adalah mudharat bagi masyarakat umum maupun kalangan khusus.
- d. Pemerintah tidak boleh ikut campur menentukan standar harga kecuali kalau melihat adanya ketidak beresan di pasar dan ketidak beresan harga karena berbagai faktor yang dibuat-buat. Dalam kondisi demikian, pemerintah boleh turut campur dengan berbagai sarana yang memungkinkan untuk mengatasi berbagai faktor dan sebab ketidak beresan dan kenaikan harga.

4. Jual Beli yang dilarang

Dalam pandangan hukum Islam ada larangan dalam melakukan jual beli. Ada empat sebab-sebab *fasid* (rusaknya jual beli) yaitu, barang yang dijual adalah haram, *riba*, *gharar* dan syarat-syarat yang mengarah kepada *riba* dan *gharar*. Larangan tersebut bergantung pada internal akad. Ada lagi faktor eksternal akad yang menyebabkan jual beli dilarang, yaitu *ghasy* (pemalsuan), *dharar* (bahaya), waktu yang tidak tepat dan jual beli yang diharamkan. Menjual barang yang dilarang ada dua kategori, yaitu barang najis dan barang tidak najis. Para ulama sepakat melarang barang najis yang menimbulkan bahaya diperjual belikan seperti *khamr*, bangkai dan babi. Para ulama berbeda pendapat tentang jual beli barang najis yang menimbulkan manfaat seperti pupuk.

Madzhab Syafi'i dan sebagian Maliki melarang jual beli barang najis meskipun bermanfaat, sedangkan sebagian madzhab Maliki, madzhab Hanbali dan Hanafi membolehkannya. Para Ulama tidak sepakat melarang menjual barang yang tidak najis seperti anjing dan kucing. Para

⁸⁶Adiwarman Karim, Op.Cit, h.82

ulama' sepakat keharaman riba yang terjadi pada dua hal; jual beli dan sesuatu yang ada pada tanggungan, baik berupa jual beli, pesanan atau yang lain. Gharar terjadi pada beberapa kasus:

1. Barang yang dijual tidak jelas. Dalam kasus tersebut adakalanya barang yang dijual tidak jelas batasannya atau batasan akadnya tidak jelas.
2. Terjadi pada kasus harga dan barang yang dihargai tidak jelas atau ukurannya tidak jelas, tenggang waktu pembayarannya tidak jelas untuk jual beli yang pembayarannya tunda.
3. Tidak diketahui wujudnya atau diragukan kemampuannya, artinya kemampuan untuk serah terima barang.
4. Pada kasus tidak diketahui keselamatan kekekalan barangnya.

Diantara jual beli yang mengandung ciri-ciri dharar di atas ada yang disebut namanya dalam nash (Hadits) dan jual beli yang tidak disebut namanya oleh nash. Jual beli yang disebut namanya oleh nash adalah tradisi jahiliyah yang dilarang Nabi, para ulama' sepakat terhadap larangannya, seperti:

- a. Jual beli hewan dalam kandungan dengan sebutan *bai' al-habl al-hablah*, baik bayi hewan dalam kandungan yang disebut madhamin maupun hasil peranakan pejantan yang disebut *mulaqih*.
- b. Jual beli *mulamasah*, yaitu jual beli barang dengan cara disentuh pada malam hari yang gelap hingga tidak diketahui sejatinya barang tersebut.
- c. Jual beli *munabadhah* yaitu penjual dan pembeli saling melempar barang hingga tidak jelas barang yang mana yang dipertukarkan.
- d. Jual beli *Khashat* yaitu jual beli dengan cara melempar batu pada dagangan dan yang kena berarti yang dibeli dan wajib dibeli.
- e. Jual beli menggunakan dua akad yang diberi sebutan *bai' ataini fi ba'iatin*.
- f. Jual beli buah-buahan sebelum jelas baiknya. Jual beli yang tidak disebut namanya oleh nash ulama" berbeda pendapat.⁸⁷

C. Kerangka Konseptual

Harga adalah hal penting dalam jual beli karena dengan kesepakatan harga jual beli dapat dilaksanakan. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk mendapatkan produk tersebut.⁸⁸

Menurut Kotler ada enam rincian prosedur dalam menetapkan harga diantaranya, memilih tujuan dalam penetapan harga, menentukan permintaan, memperkirakan biaya, menganalisis biaya harga dan penawaran pesaing, memilih metode penetapan harga, memilih harga akhir.⁸⁹

Secara garis besar metode penentuan harga terbagi menjadi 4 kategori:

1. Penetapan Harga Berbasis Permintaan Metode ini lebih menekankan harga pada faktor-faktor yang mempengaruhi selera dan keputusan suka/tidak suka dari konsumen.
2. Penetapan harga berbasis biaya harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu, sehingga menutupi biaya-biaya langsung, biaya *overhead*, dan laba.
3. Penetapan Harga Berbasis Laba Metode ini berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan harganya.

⁸⁷Nur Fathoni, "Konsep Jual Beli dalam Fatwa DSN-MUI, Volume IV, Edisi 1(2013), <http://journal.walisongo.ac.id/index.php/economica/article/download/773/684>.

⁸⁸Siti Nur Fatoni, *pengantar ilmu ekonomi (Dilengkapi dasar-dasar ekonomi islam)*, cet. Ke-1, (Bandung: PustakaSetia, 2014), h.62.

⁸⁹Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Op.Cit.*, hlm. 76.

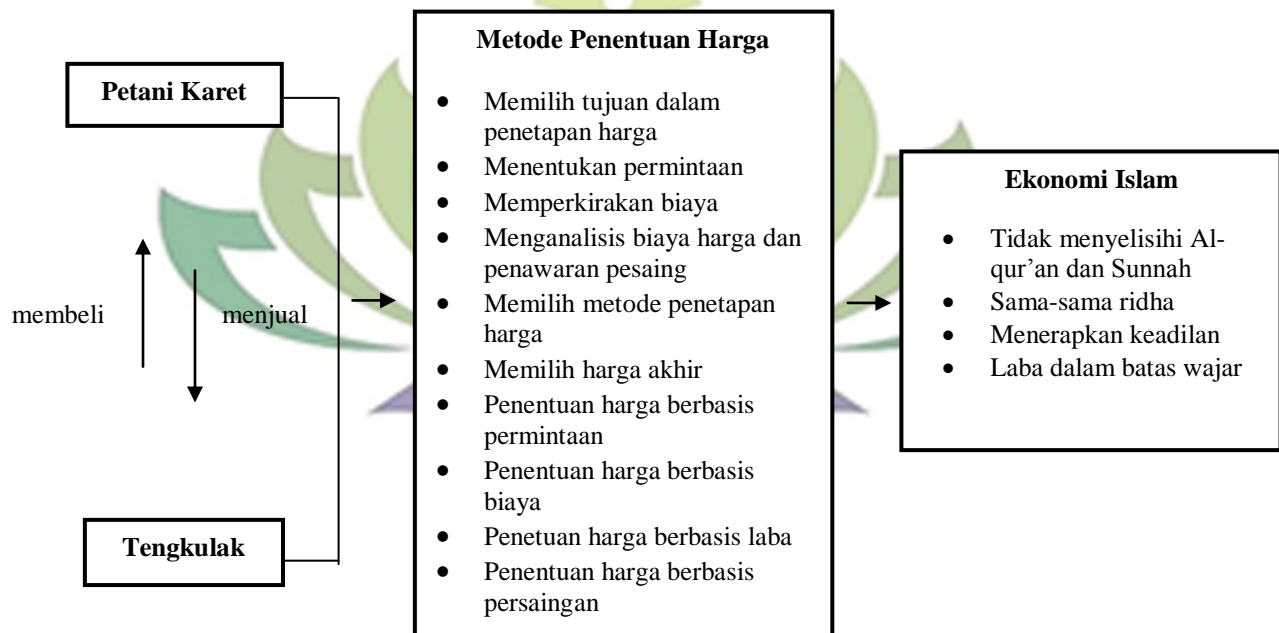
4. Penetapan Harga Berbasis Persaingan Selain berdasarkan pada pertimbangan biaya, permintaan, atau laba harga juga ditetapkan atas dasar persaingan, yaitu apa yang dilakukan pesaing.⁹⁰

Dalam Islam dibebaskan dalam menentukan harga asal tidak melakukan kegiatan yang dilarang oleh agama dan kedua belah pihak yang berakad sama-sama rida, hal ini selaras dengan pendapat ahli seperti Rachmat Syafie, harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar atau sama dengan nilai barang. Harga biasanya dijadikan penukar barang yang diridai dalam kegiatan jual beli.⁹¹ Menurut Qardhawi mengatakan bahwa jika penentuan harga dilakukan dengan memaksa penjual menerima harga yang tidak mereka ridai, maka tindakan ini tidak dibenarkan oleh agama. Namun, jika penentuan harga itu menimbulkan suatu keadilan bagi seluruh masyarakat, maka hal ini boleh diterapkan.⁹²

Berdasarkan teori-teori yang besersangkutan dengan permasalahan maka dibuat sebuah kerangka berpikir yang dapat penulis gambarkan sebagai berikut:

Tabel 2.1

Kerangka Konseptual



Data diolah (2021)

⁹⁰Fandy Tjiptono, *pemasaran jasa, prinsip, penerapan dan penelitian*, yogyakarta, andi. 2014, h.227.

⁹¹Rachmat Syafie, MA. *Fiqh Muamalah*, Pustaka Setia, Bandung 2000, hlm.87.

⁹²Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, Gema Insani, Jakarta, 1997, hlm.257

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Fatoni. *Metodologi Penelitian dan Tehnik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: PT. Rinekha Cipta, 2006.
- Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Cet. II; Jakarta: Rajawali pers, 2004.
- Ari Firma Kumala, Ermy Tetty, Suardi Tarumun, "Analisis pemasaran dan transmisi harga pada petani karet di Kabupaten indagiri hulu", *Jurnal analisis pemasaran dan transmisi karet*, jomfaperta, Vol.2 No.2, Oktober 2015.
- Aris Munandar, "Metode Penentuan Harga Dalam Proses Bisnis di Tempat Pelelangan Ikan (TPI) Kecamatan Kota Agung Kabupaten Tanggamus", Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, Jurusan Administrasi Bisnis, (2020).
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Way Kanan, tersedia di: <https://waykanankab.bps.go.id> (02 Juni 2020).
- Bellandina Sannia, R Hanung Ismono, Begem Viantimala", Hubungan Kualitas Karet Rakyat dengan Tambahan Pendapatan Petani di Desa program dan non program", *Jurnal Pertanian*, Vol.1 No.1 (Januari 2013).
- Bhader Johan Nasution, *Metode Penelitian Ilmu Hukum*, Bandung: Mandar Maju, 2008.
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format 2 Kuantitatif dan Kualitatif*, Surabaya: Airlangga University Press, 2005.
- Cholid Narbuko dan Abu Ahmadi, "*Metodologi Penelitian*", Cet: II; Jakarta: Bumi Aksara Pustaka, 1997.
- Danang Sunyoto, *Ekonomi Manajerial Konsep Terapan Bisnis*, Jakarta, 2013.
- Department Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Pusat bahasa Edisi keempat, Jakarta: PT Gramedia, 2011.
- Dapartemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: PT GramediaPustaka Utama, 2008.
- Eka Yunia Fauzia, Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam*, Ed 1, Cet. Ke-1, Jakarata: Kencana, 2014.
- Fandy Tjiptono, *pemasaran jasa, prinsip, penerapan dan penelitian*, Yogyakarta, andi, 2014.
- Hasanah, "Penetapan Harga Jual Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Rumah Makan Prasmanan Arhy di Makassar)", Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, Jurusan Ekonomi Islam, (2013).
- Herman, *Marketing Strategy*, edisi 1, Yogyakarta, andi offset.
- Hendra Fure "Lokasi keberagaman produk, Harga dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisonal bersehati calaca, " *Jurnal fakultas ekonomi dan bisnis islam, jurusan manajemen, Universitas Sam Ratulangi Manado*, Vol.1 No.3 (September 2013).

<https://medialampung.co.id/harga-anjlok-petani-karet-menjerit/> Diakses pada tanggal 25 juli 2020 pukul 21.59 wib.

<https://www.antaranews.com/berita/1989992/harga-karet-kek-100-persen-tembus-rp19000-kg>/Diakses pada tanggal 11 maret 2020 pukul 15.13 Wib

Iman Romansyah yang berjudul “Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan dalam Perspektif Ekonomi Islam”(Studi komparasi pada Yussy Akmal dan Shereen cake’s and bread)”, Skripsi FakultasEkonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, Jurusan Ekonomi Islam, (2016).

Muhammad Yusuf Qardhawi, Halal & Haram dalam Islam.

Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam perspektif ekonomi islam*, Cet.Ke-1, Yogyakarta: BPFE, 2004.

M Hendri Kurniawan, “Analisis Metode Penetapan Harga Pada Komoditi Karet Terhadap Kesejahteraan Petani Karet Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Petani Karet di Desa Kemalo Abung)”, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, Jurusan Ekonomi Syariah, (2019).

Neuman, W. L. (2003). *Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approaches*. Fifth Edition. Boston: Pearson Education.

Netti Armalia Pohan yang berjudul “Strategi Penetapan Harga Sembako dalam Perspektif Ekonomi Islam di Pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak”, Skripsi Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Jurusan Ekonomi Syariah, (2002).

Nurul Huda, *et al. Ekonomi Makro Islam: Pendekatan Teoritis* Jakarta: Kencana Media, (2009).

Nurul Huda, *Ekonomi Makro Islam: Pendekatan teoritis*, Cet-1 Jakarta: Kencana Prenamedia Group, 2008.

Noeng Muhadjir, *Metode Penelitian Kualitatif, Pendekatan Posivistik, Rasionalistik, Phenomenologik dan Realisme Metaphidik*, Yogyakarta: Rake Sarasin, 1998.

Philip, Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Indonesia, Pt. Prenhlindo, Jakarta, 2002.

Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Op.Cit.*,.

Pratama Raharja dan Mandala Manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, Jakarta: LPFE UI, (2008).

Prathama Raharja, Mandala manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, edisi ketiga, Fakultas ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta, 2008.

Pusat pengkajian dan pengembangan ekonomi Islam, *Ekonomi islam* Jakarta : Rajawali Pers, 2015.

Rachmat Syafie, *Fiqh Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia, 2000.

Rambat & Hamdani, *Ekonomi Manajerial*, Edisi ke-1, Bandung: Remaja Rodakarya, 2008.

Ridwan, *Statistika Untuk Lembaga dan Instansi Pemerintah/Swasta*, Bandung: Alfabeta, 2004.

- Rozalinda, *Ekonomi Islam*, Ed. 1 Cet. Ke-4, Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2017.
- Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikroekonomi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000.
- Siti Nur Fatoni, *pengantar ilmu ekonomi (Dilengkapi dasar-dasar ekonomi islam)*, Cet. Ke-1, Bandung: Pustaka Setia, 2014.
- Soekartawati, *Prinsip dasar ekonomi Pertanian: Teori dan aplikasinya*, Raja grafindo persada: Jakarta 2002.
- Soerjono soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: UI-Press, Cet. Ketiga 2005.
- Soerjono Soekanto, *Pokok-Pokok Sosiologi Hukum*, Jakarta: PT. Rajawali Pres, 1999.
- Sudarwan Damin, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, Cet.I; Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017.
- Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*”, Cet: 20; Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta CV, 2012.
- Suhardi Sigit, *Manajemen Pemasaran*, UST, Yogyakarta 2008.
- Suharismis Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Renika Cipta, 1989.
- Sumadi Suryabrata, “*Metodologi Penelitian*”, Jakarta: Rajawali Pers, 1992.
- S. Nasution, *Metode Naturalistik Kualitatif*, Cet.I; Bandung: Tarsito, 1996.
- Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani, 1997